

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PONSEL SAMSUNG DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi**



**ZAYYIDAH AHSANTI**

**NIM. 1071001119**

**PROGRAM SARJANA STRATA I  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2011**

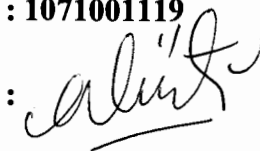
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : Zayyidah Ahsanti

**NIM** : 1071001119

**Tanda Tangan** :



**Tanggal** : 25 Oktober 2011

### HALAMAN PENGESAHAN

**Tugas Akhir ini diajukan oleh:**

**Nama** : Zayyidah Ahsanti


**NIM** : 1071001119

**Program Studi** : Manajemen

**Judul Skripsi** : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Samsung di Jakarta

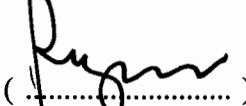
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie**

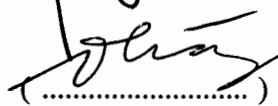
#### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D. (  )

Pembimbing II : Holila Hatta, S.Pd., M.M. (  )

Penguji I : Tri Wismiarsi, Ph.D. (  )

Penguji II : Ir. Aurino Djamaris, M.M. (  )

Penguji III : Holila Hatta, S.Pd, M.M. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Oktober 2011

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL  
SAMSUNG DI JAKARTA**

ZayyidahAhsanti<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang menyebabkan keputusan pembelian ponsel Samsung di Jakarta. Diduga bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas, dan inovasi produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif. Sampel penelitian berjumlah 150 orang yang pernah melakukan keputusan pembelian ponsel Samsung. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kualitas dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung, sedangkan kesadaran merek memiliki pengaruh yang tidak berarti dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Keputusan Pembelian Konsumen, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Inovasi Produk

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**ANALYSIS FACTOR BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, AND  
PRODUCT INNOVATION FOR CUSTOMER PURCHASE DECISION OF  
SAMSUNG MOBILE PHONE IN JAKARTA**

ZayyidahAhsantiRuhiyati<sup>2</sup>,

---

**ABSTRACT**

*This research is aimed to analyze some factors of customer purchase decision for Samsung mobile phone in Jakarta. Brand awareness, perceived quality, and product innovation are expected to have positive effect on the consumer purchasing decision. This study uses 150 samples of respondents in Jakarta who have ever made buying decision to buy Samsung mobile phone. However, the result of this research shows that brand awareness factor doesn't have significant effect on purchasing decision unlike perceived quality or product innovation.*

*Keywords: consumer buying decision, brand awareness, perceived quality, product innovation*

---

<sup>2</sup>Student of Bakrie University, Management Major

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar. Shalawat dan salam tidak pernah terlewat bagi Rasulullah Muhammad SAW sebagai teladan yang paling teladan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa hasil penyusunan tugas akhir ini bukanlah hanya melalui murni usaha penulis, melainkan juga bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, rasa terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE. MSc. MBA. Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 sekaligus Pembimbing Akademik penulis yang tidak putus memberi masukan, ilmu, serta dorongan semangat kepada penulis untuk terus maju.
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir. Terima kasih banyak atas diskusi, ilmu, serta masukan yang telah diberikan, sangat berharga sekali mendapatkan pengalaman memiliki pembimbing tugas akhir seperti Ibu Holila.
3. Ibu Tri Wismiarsi, Ph.D dan Bapak Aurino Djamaris, M.M. sebagai Penguji I dan II yang telah banyak memberikan masukan yang berharga kepada penulis.
4. Kedua orang tuaku, Bapak Yayat Ruhayat dan Ibu Fully Rita. Do'a ummi dan abi lah yang mengantarkanku pada titik ini. Bagiku, tidak ada yang lebih berharga di dunia ini dari pada ummi dan abi.
5. Adik-adikku, sebagai motivasi terbesar dalam hidup penulis sehingga penulis memiliki cita-cita, semoga kakakmu bisa menjadi teladan bagi kalian. Zakiyyah Ahsanti, Zaenab Karimah, Zulfah Zikrinna, dan Muhammad Bintang Tsaqib.

6. Kedua saudariku tersayang yang selalu menemani saat senang dan banyak membantu melewati masa-masa sulit dalam hidupku, Rullya Astrini dan Haniefah Noor Esa. Kakak perempuan sekaligus guru kehidupan, *miss independent*, atas segala inspirasi: Michana Lotusina. Mbak-ku yang selalu menyayangi aku: Mbak Ita Martasari. Sahabat-sahabat Arisan Mentas yang selalu menghiburku, Riya Puteri Harapan Bangsa, Erissa Dwi Agustin, Amran Meisya Roni, Gilang Rakasiwi, dan sahabat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Ukhti ROHIS UB, terutama Mbak Sri Rahayu, dan semua ukhti 2007, 2008, 2009, 2010, serta seluruh temen-temanku di Universitas Bakrie yang selalu memiliki tempat tersendiri di hatiku.
7. Sahabat-sahabat Sastra Korea UI 2009 Citra, Maya, Ega, dan semua sahabat-sahabat tersayang yang tidak bisa disebutkan satu per satu (terima kasih atas segala pemakluman terhadap keterbatasanku dan terima kasih untuk bantuan ngerjain tugas-tugasnya haha 너의들을 만나서더 행복해졌어요. 고맙당요!) dan BPH PEMIRA IKM UI 2011 yang seru (walaupun hanya sebentar, kebersamaan kita berarti dan unyu banget).
8. Semua pihak yang telah membantu jalannya skripsi ini. Maaf jika luput tersebut di sini. Hanya Allah SWT yang dapat membalas kebaikan Anda semua.

Penulis menyadari dalam pembuatan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sehingga di kemudian hari penulis dapat menyusun sebuah laporan yang lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu serta semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi berbagai pihak.

**Jakarta, 15 September 2011**

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zayyidah Ahsanti  
NIM : 1071001119  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Samsung Di Jakarta**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 25 Oktober 2011

Yang menyatakan,

(Zayyidah Ahsanti)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan .....	6
1.5 Manfaat .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Konsep Kesadaran Merek .....	8
2.2 Konsep Persepsi Kualitas .....	11
2.3 Konsep Inovasi Produk .....	13
2.4 Konsep Keputusan Pembelian Kosumen .....	15
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>

3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	17
3.2 Jenis Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan Sampel .....	18
3.4 Konstruksi Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	18
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.6 Teknik Analisis .....	21
3.6.1 Uji Reliabilitas dan Validitas .....	21
3.6.2 Analisis Data.....	22
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	23
4.2 Uji Reliabilitas dan Validitas Pre-Test.....	24
4.3 Analisis Deskriptif .....	25
4.3.1 Variabel Kesadaran Merek.....	25
4.3.2 Variabel Persepsi Kualitas .....	26
4.3.3 Variabel Inovasi Produk .....	27
4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .....	28
4.4 Uji Reliabilitas .....	29
4.5 Analisis Faktor .....	31
4.6 Uji Validitas .....	32
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	33
4.7.1 Uji Normalitas.....	34
4.7.2 Uji Multikolinearitas .....	35
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	35
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
4.9 Pembahasan.....	37
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>

<b>LAMPIRAN 1</b> .....	<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN 2</b> .....	<b>xvi</b>

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	16
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Vivaldi Partners Study: Next Generation Growth Brands</i> .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan dan Pangsa Pasar Produk Handphone Dunia 2009-2010 .....	3
Tabel 3.1 Tabel Konstruk Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel .....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	23
Tabel 4.2 Pengujian Reliabilitas Pre-Test.....	24
Tabel 4.3 Pengujian Validitas Pre-Test.....	25
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....	25
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas .....	27
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk .....	28
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .....	29
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas .....	30
Tabel 4.9 Analisis Faktor Untuk Variabel Bebas .....	31
Tabel 4.10 Analisis Faktor Untuk Variabel Terikat.....	32
Tabel 4.11 Pengujian Validitas <i>Pearson Correlation</i> .....	33
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas .....	35
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	36