

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MERK,  
DAN  
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE iPHONE**

**TUGAS AKHIR**

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



**Cynthia Shasi Agustina**

**1141921009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2016**

**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 : Cynthia Shasi Agustina**

**NIM : 1141921009**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 06 September 2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cynthia Shasi Agustina

NIM : 1141921009

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MERK, DAN  
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE iPhone

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.

  
(.....)

Penguji I : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

  
(.....)

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M.

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 September 2016

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Suripto, yang memberikan saya dukungan moril.
3. Kedua orangtua saya tercinta, M. Supardi dan Endang Kusmiati, serta kakak saya tercinta, Dina Amelya Sartika, yang menjadi alasan utama bagi saya untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik mungkin, karena kebanggaan mereka adalah kebahagiaan saya.
4. Suami saya tercinta, Rico Stanley, yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta do'a. *Thank you for loving me...always, forever and ever!*
5. Sahabat-sahabat saya, yang memberikan saya dukungan moril.
6. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Manajemen Universitas Bakrie yang saling memberikan dukungan satu sama lain sejak awal sampai akhir perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 22 Agustus 20

*Penulis*

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Cynthia Shasi Agustina  
NIM : 1141921009  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merk, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 06 September 2016

Yang menyatakan,



Cynthia Shasi Agustina

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh persepsi harga, citra merk dan atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone. Kedua data primer dan sekunder digunakan. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan publikasi lain yang terkait. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa program ekstensi dari Universitas Bakrie sebagai target responden. Dengan menggunakan kemudahan teknik *sampling*, diperoleh 30 tanggapan responden. Data dianalisa menggunakan analisa regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, citra merk dan atribut produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan persepsi harga yang ditemukan tidak berpengaruh signifikan. Secara bersamaan, persepsi harga, citra merk, dan atribut produk ditemukan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: harga, citra merk, atribut produk, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of perceived price, brand image and product attributes on purchasing decisions of iPhone smartphone. Both primary and secondary data were employed. Secondary data were gathered from various sources such as journals, books and other related publications. Primary data were gathered using questionnaire which were distributed to the students of extension program of Bakrie University as the target respondents. Using a convenience sampling technique, a total of 30 responses were obtained. Data were analyzed using a multiple regression analysis. The result showed that partially, brand image and product attribute had a positive and significant effect on purchasing decision, while perceived price was found insignificant. Simultaneously, perceived price, brand image, and product attribute was found to have a significant effect on purchasing decision*

*Key words: price, brand image, product attribute, purchasing decision*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>7</b>
2.1 Persepsi Harga.....	7
2.2 Citra Merk .....	8
2.3 Atribut Produk dan Indikatornya.....	10
2.4 Keputusan Pembelian dan Indikatornya.....	13
2.5 Kerangka Pemikiran.....	16
2.6 Hipotesis Penelitian.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
3.2 Jenis Penelitian .....	20
3.3 Variabel Penelitian .....	20
3.4 Populasi dan Sampel .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.6 Instrumen Penelitian.....	23
3.7 Uji Kualitas Instrumen .....	28
3.8 Metode Analisis.....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	32
4.2 Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	34
4.3 Hasil Analisis Data .....	36
4.4 Pembahasan.....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	16

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> Kategori <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	21
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach Alpha</i> .....	36
Tabel 4.4 Kategori Rerata Skor .....	37
Tabel 4.5 Kategori Variabel Berdasarkan Rerata Skor .....	37
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi .....	41
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linear Berganda Persepsi Harga, Citra Merk, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji F .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Penelitian

Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Lampiran 4. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. Hasil Regresi Linear Berganda