

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN
CITRA MEREK TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
TAHUN 2020 – 2021**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

Nurvita Amelia

11-1801272

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YAYASAN KELUARGA
PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA
MEREK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK
***SMARTPHONE* SAMSUNG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**
TAHUN 2020 – 2021

Diajukan oleh:

Nurvita Amelia

11-1801272

Yogyakarta, November 2021

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs Muhammad Roni Indarto, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA
MEREK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *SMARTPHONE*
SAMSUNG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2020 – 2021

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 11 Februari 2022

Yang terdiri atas:

Ketua



Nur Rokhman, S.E., M.Si.

Anggota



Drs Muhammad Roni Indarto, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Purchase Intention Pada Produk Smartphone Samsung di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2020-2021” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 11 Februari 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat sebagian atau keseluruhan karya orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk kalimat, gagasan, pendapat, atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan keterangan pengakuan pada penulis asli.

Apabila saya melakukan hal tersebut baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru karya orang lain sebagai karya saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yang memberi pernyataan,



Nurvita Amelia

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:

Drs Muhammad Roni Indarto, *M.Si*

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi:

Nur Rokhman, S.E., M.Si.

PERSEMBAHAN

Pada halaman ini penulis ingin mempersembahkan karya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa
2. Orangtua dan kakak – kakakku yang tak henti – hentinya memberikan dukungan, semangat dan doanya
3. Sahabat – sahabat saya, Rizki Hanifah, Mita Widiawati, Novella SW dan Anjas K yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
4. Ipung Noveriyan yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini
5. Teman baik Iis Sri M D, Mila V dan Aprilla Dila yang selalu memberikan semangat

Terimakasih atas dukungan, semangat dan doa yang telah diberikan, semoga Allah selalu bersama dan membalas kebaikan kalian.

MOTTO

“Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik”

Ali bin Abi Thalib

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Karunia-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SAMSUNG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2020 – 2021”

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIM YKPN Yogyakarta. Saya memahami dan menyadari tersusunnya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan, dukungan, dan perhatian dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, saya menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik
2. Keluarga penulis yang telah memberikan doa, semangat serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
4. Drs Muhammad Roni Indarto, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, masukan serta petunjuk yang baik kepada penulis
5. Seluruh Dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.

6. Teman-teman S1 Manajemen ixngkatan 2018 dan sahabat yang telah memberikan masukan dan dukungan.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan KKL ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada penulis dan pembaca.

Yogyakarta, Januari 2022

Nurvita Amelia

ABSTRAK

Samsung merupakan merek yang terkenal di Indonesia. Selain terkenal Samsung juga merupakan merek yang dapat bertahan menduduki peringkat atas pasar *smartphone* di Indonesia. Produsen *smartphone* asal Korea ini bahkan bisa bersaing ketat dengan Iphone hingga sekarang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas dan citra merek terhadap *purchase intention* pada produk *smartphone* Samsung di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 140 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah path analysis dengan menggunakan software IBM SPSS 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* sementara persepsi kualitas dan citra merek berpengaruh negatif terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Purchase Intention.

ABSTRACT

Samsung is a well-known brand in Indonesia. Apart from that, Samsung is also a brand that can survive at the top of the smartphone market in Indonesia. This Korean smartphone manufacturer can even compete with the iPhone until now. This study aims to analyze the effect of price perception, perceived quality and brand image towards purchase intention on Samsung smartphone products in the Special Region of Yogyakarta. The sampling method in this study is non-probability sampling using purposive sampling technique with a total of 140 respondents. The data analysis method in this research is path analysis using IBM SPSS 22.0 software. The results of this study indicate that the perceived price has a positive and significant effect on purchase intention, while the perceived quality and brand image has a negative effect on purchase intention

Keywords: Perceived Price, Perceived Quality, Brand Image and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	10
A. <i>Purchase intention</i>	10
B. Persepsi Harga.....	10
C. Persepsi Kualitas	10
E. Hipotesis.....	11
1. Hubungan Persepsi Harga dengan <i>Purchase intention</i>	11
2. Hubungan Persepsi Kualitas dengan <i>Purchase intention</i>	12
3. Hubungan Citra Merek dengan <i>Purchase intention</i>	12
4. Kerangka Penelitian.....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
A. Definisi Konsep.....	15
1. <i>Purchase intention</i>	15
2. Persepsi Harga	15
3. Persepsi Kualitas	15
4. Citra Merek.....	15
B. Definisi Operasional.....	16
1. <i>Purchase intention</i>	16
2. Persepsi Harga	16

3.	Persepsi Kualitas	17
4.	Citra Merek.....	17
C.	Jenis Penelitian.....	18
D.	Jenis dan Sumber Data.....	18
E.	Populasi dan Sampel	18
F.	Metode Pengumpulan Data.....	19
G.	Uji Instrumen.....	19
1.	Uji Validitas	19
2.	Uji Reliabilitas.....	20
H.	Uji Asumsi Dasar	20
I.	Uji Asumsi Klasik.....	20
1.	Uji heterokedastisitas	20
2.	Uji multikolinearitas.....	21
J.	Uji Hipotesis	21
1.	Regresi Linear Berganda	21
2.	Uji F.....	22
3.	Uji T	22
4.	Uji Koefisien Determinan (<i>Adjusted R Square</i>)	23

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	25
A. Sejarah.....	25
B. Produk	27
C. Analisa Data.....	28
1. Karakteristik responden.....	28
2. Uji Instrumen.....	30
3. Uji Asumsi Dasar	33
4. Uji Asumsi klasik	34
5. Uji Hipotesis.....	35
6. Pembahasan	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran.....	41