

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diberikan kepada Tuhan yang Maha Esa atas penyertaan-Nya selama ini, hanya karena kasih karunia yang diberikan oleh-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Tugas akhir dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN KONSUMEN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG DI JAKARTA" ini dilakukan untuk memenuhi syarat akademik yang telah ditetapkan agar memperoleh gelar sarjana ekonomi strata satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis sangat senang dan bersyukur serta bertrima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan tulis penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Danet Arya Patria, S. E., M.B.A., selaku Dosen pembimbing yang sangat baik, membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S. T., M.M., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah membimbing saya dengan baik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
5. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.

6. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
7. Anggota keluarga yang dimana memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Kepada banyak sekali teman-teman seperjuangan Tugas Akhir, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Seluruh pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Karena itu penulis berharap agar pembaca dapat memberikan masukan, baik itu kritik maupun saran sehingga Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi orang yang membaca.

Tangerang, 11 Mei 2021

Andrew

Daftar Isi

SKRIPSI.....	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penelitian.....	10
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kualitas Produk.....	13
2.2 Persepsi Harga.....	14
2.3 Citra Merek	16
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Kepercayaan Konsumen.....	18
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	19
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.6.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	20
2.6.5 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen	21
2.6.7 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen	22
2.6.8 Pengaruh Kualitas Produk Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6.9 Pengaruh Citra Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6.10 Pengaruh Persepsi Harga Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.7 Model Penelitian Dan Hipotesis	25
BAB III	27

METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Unit Analisis	27
3.3 Tipe Penelitian.....	28
3.4 Operasi Variabel Penelitian.....	31
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel.....	42
3.5.3 Metode Penarikan Sampel.....	43
3.6 Metode Pengumpulan Data	44
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.7.1 Pengujian Validitas	46
3.7.2 Pengujian Reabilitas.....	46
3.8 Metode Analisis Data.....	47
3.9 Hasil Uji Instumen Pendahuluan.....	48
3.9.1 Model Penelitian <i>Pre-test</i>	49
3.9.2 Pengujian Validitas <i>Pre-test</i>	49
3.9.3 Pengujian Reabilitas <i>Pre-test</i>	53
BAB IV	54
PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Profil Responden.....	55
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi Sekarang	58
4.1.5 Pendapatan Per Bulan	59
4.2 Deskripsi Konstruk Penelitian.....	60
4.2.1 Statistik Deskriptif	60
4.2.2 Kualitas Produk.....	61
4.2.3 Persepsi Harga.....	62
4.2.4 Citra Merek	64
4.2.5 Keputusan Pembelian.....	65
4.2.6 Kepercayaan Konsumen.....	68
4.3 Analisis Data Penelitian.....	70
4.3.1 <i>Outer Model</i>	70
4.3.2 <i>Inner Model</i>	75
4.4 Pembahasan.....	79

4.4.1	Hipotesis 1: Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung.....	79
4.4.2	Hipotesis 2: Persepsi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung.....	79
4.4.3	Hipotesis 3: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung.....	80
4.4.4	Hipotesis 4: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Konsumen <i>Smartphone</i> Merek Samsung	81
4.4.5	Hipotesis 5: Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung.....	81
4.4.6	Hipotesis 6: Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Konsumen <i>Smartphone</i> Merek Samsung	82
4.4.7	Hipotesis 7: Persepsi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Kepercayaan Konsumen <i>Smartphone</i> Merek Samsung	83
4.4.8	Hipotesis 8: Kualitas Produk Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung	84
4.4.9	Hipotesis 9: Citra Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung	85
4.4.10	Hipotesis 10: Perspsi Harga Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Samsung	86
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Impilkasi Manajerial	89
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Mendatang.....	92
Daftar Pustaka.....		94
LAMPIRAN.....		1

Daftar Diagram

Diagram 4.1.....	56
Diagram 4.2.....	57
Diagram 4.3.....	58
Diagram 4.4.....	59



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Penetrasi Pertumbuhan <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Lima Perusahaan <i>Smartphone</i> Terbaik di Indonesia Beserta Presentase Pembeliannya.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Model Struktural SmartPLS (pre test)	49
Gambar 4.1 Model Struktural SmartPLS (penelitian aktual).....	70



Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	33
Tabel 3.3 Average Variance Extracted (AVE) Smart-PLS pretest.....	49
Tabel 3.4 Loading Factor Smart-PLS pretest	50
Tabel 3.5 Fornell-Lacker (FLc) pre test	52
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Setelah Diuji	53
Tabel 4.1 Profil Responden Pengguna <i>Smartphone</i> Merek Samsung Dalam Kurun Waktu 2019 hingga 2021	55
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Kualitas Produk	61
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	62
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Citra Merek	64
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen	68
Tabel 4.7 Facor Loading Penelitian Aktual	71
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE) Smart-PLS Penelitian Aktual.....	72
Tabel 4.9 Fornell-Lacker (FLc) Penelitian Aktual	73
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Penelitian Aktual	74
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2 test) Penelitian Aktual	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Aktual	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis penelitian Aktual	78