

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IPHONE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

MUHAMMAD ASSEGAFF
NIM: 2012210727

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IPHONE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

MUHAMMAD ASSEGAF
NIM: 2012210727

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

MUHAMMAD ASSEGAF

NIM : 2012210727

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 26 Januari 2017



(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., M.H.)


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
DI SURABAYA**

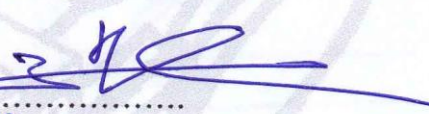
Disusun oleh :

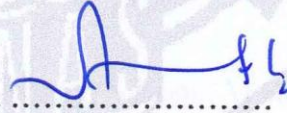
**MUHAMMAD ASSEGAF
2012210727**

Dipertahankan didepan tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal : 20 Februari 2017

Tim penguji

Ketua : Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM 

Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., M.H 

Anggota : Dra. Ec. Aniek Maschudah, M.Si. 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Assegaf
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 25 Januari 1995
N.I.M : 2012210727
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Dan *Word of Mouth*, terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 31 Maret 2017

Tanggal : 31 Maret 2017



(Dr. Muazaroh S.E., M.T)



(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., M.H.)

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyiraah : 5)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Man Jadda wa Jadda – Barang siapa bersungguh-sungguh, ia akan mendapatkan yang digunakan/ dicita-citakan”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya sederhana ini sebagai wujud baktiku kepada Ibu Suud Syahira Banun Al-Djufri dan Bapak Abdillah Assegaf selaku kedua orang tuaku yang selalu memberikan restu dan doa yang membuatku maju dan semangat dalam menulis. Terima kasih tak lupa ku ucap teruntuk istriku Juvika Nirmala Putri,S.Pd yang selalu memberikan support yang sangat luar biasa karena ia mau sedikit banyak membantu mengerti kondisi-kondisi tersulit saat menulis dan mau menemani hingga tuntas. Tak lupa untuk anakku yang pertama Ali Assegaf yang selalu memberikan keceriaan disela kepenatan yang ada saat proses menulis karya ini dan juga calon anakku yang kedua yang sedang berada dalam rahim istriku saat penulisan skripsi ini akan selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat, hidayah dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Manajemen STIE PERBANAS Surabaya. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk ,Kesadaran Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Surabaya” (Penelitian Kualitas produk iPhone yang dilengkapi dengan kesadaran merek dan *word of mouth* di dalam keputusan pembelian iPhone di Surabaya.

Surabaya, 30 Maret 2017

Penulis

Muhammad Assegaf

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<i>ABSTRAK</i>	xi
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	18
2.3 Kerangka Penelitian.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Batasan Penelitian.....	32
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..	40
3.6 Instrumen Penelitian.....	41
3.7 Data dan Metode Pengumpulan data.....	42
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian....	43
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	50
4.2 Hasil Analisis Data.....	52
4.3 Pembahasan.....	74

BAB V	PENUTUP	
	5.1	Simpulan..... 78
	5.2	Keterbatasan Penelitian 79
	5.3	Saran 79
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Data Penjualan Smartphone	2
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	17
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert Pernyataan Favorable	39
Tabel 3.2	Interval Kelas Pengukuran Variabel	39
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Pernyataan Kuesioner	41
Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Usia	51
Tabel 4.3	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Kategori Mean Masing-Masing Variabel	53
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Variabel X1	53
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel X2	56
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel X3	57
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Y	59
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil	62
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	63
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	64
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.16	Hasil Uji F	72
Tabel 4.17	Hasil Uji t	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Melvern Tamunu dan Ferdinand Tumewu	14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian Mohammad Doostar, Maryam Kazemi Imam Abadi, Reza Kazemi Iman Abadi	15
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian Ahmad M. Zamil	17
Gambar 2.4	Piramida Kesadaran Merek	21
Gambar 2.5	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	23
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	66
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedestisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuisisioner
Lampiran 2	: Tabulasi Data Responden Sampel Kecil
Lampiran 3	: Tabulasi Skor Data Responden Sampel Kecil
Lampiran 4	: Tabulasi Data Responden Sampel Besar
Lampiran 5	: Tabulasi Skor Data Responden Sampel Besar
Lampiran 6	: Deskriptif Variabel Penelitian
Lampiran 7	: Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 8	: Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
Lampiran 9	: Uji Asumsi Klasik
Lampiran 10	: Ragresi Linier Berganda

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND AWARENESS, AND
WORD OF MOUTH ON BUYING DECISION OF IPHONE IN SURABAYA**

Muhammad Assegaf
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2012210727@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study assessing the effect of product quality, brand awareness, and word of mouth on buying decision of iPhone in Surabaya. Sampling technique used is judgment sampling. The data collection method using questionnaires distributed to 100 respondents users iPhone in Surabaya. Data were analyzed using descriptive analysis, classification assumption test and multiple linear regression analysis using SPSS 16.0. The independent variables used in this study are product quality, brand awareness, and word of mouth, while the dependent variable is buying decision. The result showed that product quality, brand awareness, and word of mouth were positive significant effect on buying decision of iPhone in Surabaya.

Keywords : Product Quality, Brand Awareness, Word Of Mouth, Buying Decision

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA

Muhammad Assegaf
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2012210727@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kesadaran merek, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Iphone di Surabaya. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *judgment sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang ditujukan kepada 100 responden pengguna Iphone di Surabaya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kesadaran merek, dan *word of mouth*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kesadaran merek, dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone di Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kesadaran Merek, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian