

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menempuh
Program Pascasarjana Magister Manajemen



ENDAH NOVITA KUSUMA WARDANI

2015610961

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
S U R A B A Y A
2 0 1 7**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

Diajukan oleh:

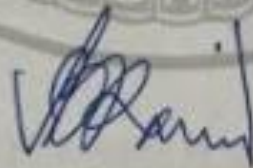
ENDAH NOVITA KUSUMA WARDANI

2015610961

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap Ujian Tesis

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 21 Februari 2017



Dr. BASUKTRACHMAT, S.E., M.M.
NIP. 36080255

TESIS
PENGARUH KESADARAN MEREK, CITTA MEREK, LOYALITAS MEREK DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG



Ketua : Prof. Dr. Dra. TATIK SURYANI, Psi., M.M.
NIP. 36910088

[Handwritten signature]

Sekretaris : Dr. BASUKI RACHMAT, S.E., M.M.
NIP. 36080255

[Handwritten signature]

Anggota : 1. Dr. Drs. Ec. SONI HARSONO, M.Si.
NIP. 36080259

[Handwritten signature]

2. Dr. RONNY, S.Kom., M.Kom., M.H.
NIP. 36140287

[Handwritten signature]

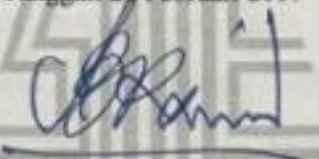
PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Endah Novita Kusuma Wardani
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 24 November 1992
N.I.M : 2015610961
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Judul Penelitian : Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek,
Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap
Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung

Disetujui dan diterima baik oleh:

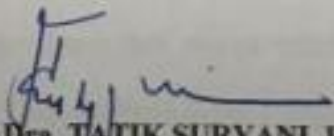
Dosen Pembimbing,

Tanggal: 24 Februari 2017


Dr. BASUKI RACHMAT, S.E., M.M.
NIP. 36080255

Ketua Program Studi Magister Manajemen,

Tanggal: 24 Februari 2017


Prof. Dr. Dra. TATIK SURYANI, Psi., M.M.
NIP. 36910088

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Persembahan

Bismillah, Assalamua'laikum Wr. Wb. Alhamdulillah saya ucapkan dan panjatkan kepada Allah SWT dan Rasul-RasulNya yang senantiasa memberikan anugerah, kekuatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan, dan kelancaran sehingga Tesis ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam pada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing ke jalan yang benar yakni Ad - Dinul Islam. Terima kasih kepada semua yang telah memberikan doa, inspirasi, dan motivasi yang positif sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT dan Rasul-RasulNya yang telah memberikan jalan dan kekuatan dalam penyelesaian Tesis dengan baik. Sungguh Allah yang Maha Esa, Maha Pemurah, Maha Penyayang, Maha Pemberi Karunia, Maha Pemberi Rezeki, Maha Pemberi Rahmat, Maha Memuliakan, Maha Agung, Maha Besar, dan Maha Bijaksana. Terima kasih Ya Allah, Engkau selalu mengabulkan doa hamba bahkan disaat hamba masih lalai untuk menunaikan kewajiban hamba. Insha Allah ilmu yang hamba peroleh akan hamba gunakan dengan sebaik-baiknya untuk membantu sesama.
2. Mama tercinta, mama Kustini Wardani yang menjadi motivasi saya untuk melanjutkan kuliah Magister Manajemen. Beliau selalu mendukung saya dengan segenap kasih sayang dan tenaga selama kuliah bahkan saat saya sedang mengerjakan Tesis. Gelar Magister Manajemen secara spesial saya persembahkan untuk Mama tercinta. Tanpa beliau saya tidak mungkin bisa

untuk melalui kuliah Magister Manajemen ini hingga sampai saya lulus saat ini. Indah akan berusaha keras untuk membahagiakan Mama dan membalas budi Mama semampu Indah meskipun Indah sadar jasa Mama kepada Indah tidak akan pernah bisa terbalaskan. Semoga mama sehat selalu dan senantiasa dalam perlindungan Allah SWT. Terima kasih Mama, Indah selalu sayang dan cinta Mama.

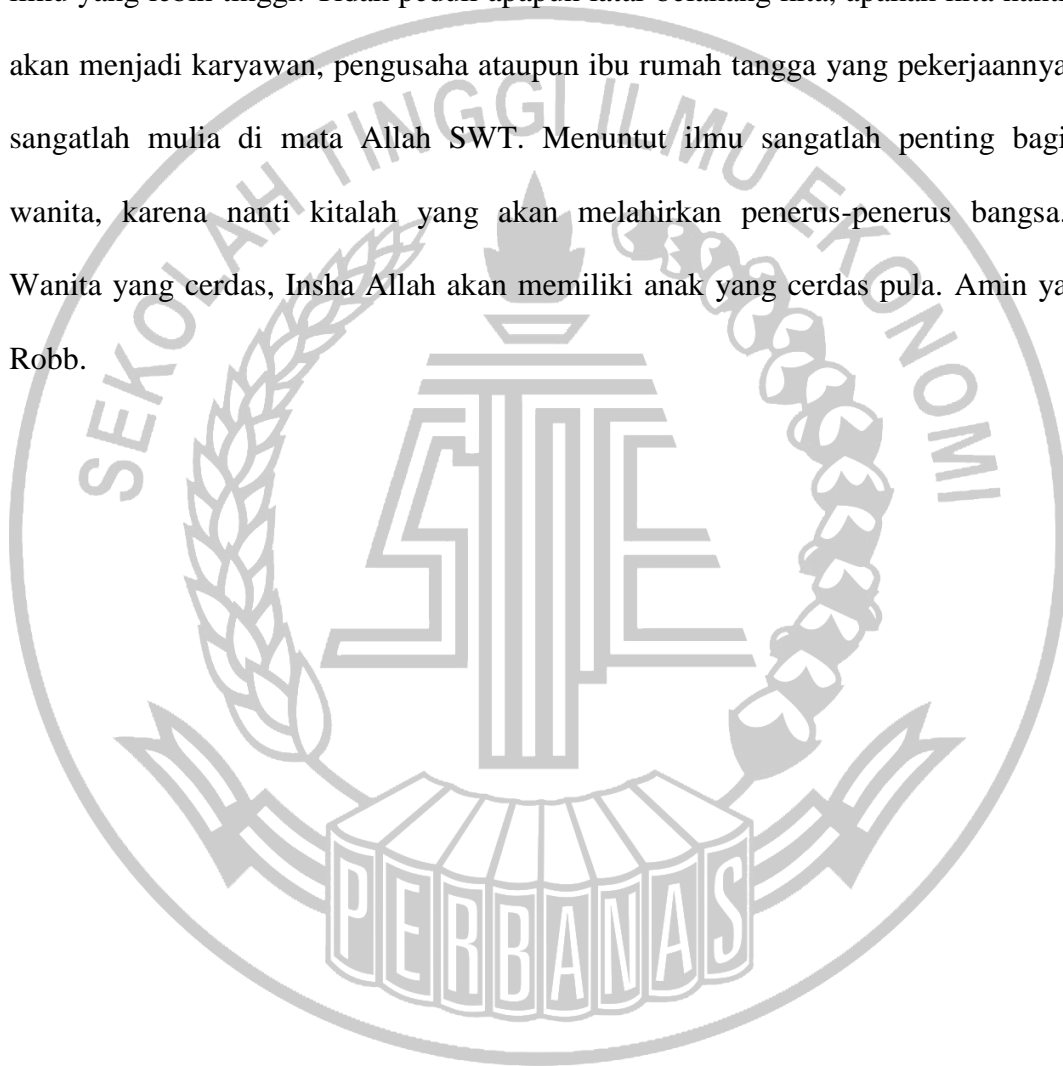
3. Almarhumah Emak tercinta, Emak Daiyah. Untuk Emak yang sekarang sudah tenang di sisiNya, Indah yakin Emak disana selalu mendoakan Indah sehingga Indah bisa sampai lulus Magister Manajemen saat ini. Terima kasih Emak, Emak juga selalu menjadi motivasi untuk Indah. Indah selalu tidak lupa mendoakan Emak semoga Emak disana bisa beristirahat di sisiNya dengan tenang dan damai.
4. Om tersayang, Om Rukal. Beliau telah berkontribusi dalam mengantarkan jempit saya ke kampus meskipun cuaca sedang tidak baik. Terima kasih atas bantuannya selama Indah kuliah Om. Jasa Om akan Indah ingat selamanya.
5. Achmad Baihaqqi Fadely (Enjutt), orang tersayang yang selalu *mensupport* saya untuk terus berjuang baik dalam kuliah dan hal yang lainnya. Terima kasih sayang sudah menemani aku saat mengerjakan tesis, menyemangati aku saat aku hampir putus asa dan selalu ada di sampingku.
6. Bapak Basuki Rachmat selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing, Ibu Tatik Suryani, Bapak Soni Harsono, dan Bapak Ronny selaku Dosen Penguji, terima kasih telah memberikan pembimbingan dan arahan agar Tesis saya dapat

selesai dengan baik dan benar sehingga hasil yang diperoleh memuaskan.
Semoga Allah SWT membalas kebaikan beliau.

7. Sahabat terkasih Ramadhania Intan Cahyani dan Nuraini Juniawati yang telah berjuang bersama-sama dan juga saling menyemangati. Semoga persahabatan ini akan berlangsung selamanya dan kita akan sukses untuk ke depannya menjalani kehidupan masing-masing.
8. Teman - teman Magister Manajemen Angkatan 18, Arde Prayoga, Mas Gani Purba Anindita, Kak Maria Marsheryn Dae, Dwiyanti Mathius, Ferdinanda Larashati, Mas Andy Pradipta Ramadhan, Mas Dimas Satrio Kendria, Mas Khoiruman, Mas Suyatno, Ibu Stephanie Astrid Ayu, Mbak Uzi Ramadhani, Mas Irwandi, Pak Rachmat Fajar. Terima kasih untuk semua kenangan manisnya pada saat bersama-sama kuliah. Alhamdulillah banyak ilmu dan pengalaman yang saya dapatkan pada saat kuliah dari kalian. Sebuah keberuntungan bisa mengenal kalian semua. Semoga kita semua sukses dan bisa berkontribusi ilmu yang telah kita peroleh untuk kebaikan sesama.
9. Kepada seluruh Dosen, Staff, dan Karyawan STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat hingga akhir saya nanti. Semoga ilmu yang telah disampaikan beliau-beliau dapat bermanfaat bagi saya dan yang lainnya.
10. Terima kasih kepada teman - teman dan orang - orang di sekitar lingkungan saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, atas doa serta motivasi atau dukungan kepada saya agar untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Motto

Setiap manusia diciptakan sama dan dinilai sama oleh Allah SWT, hanya amal yang membedakan satu dan lainnya. Begitupun wanita, kita memiliki hak yang sama seperti lelaki. Sebagai wanita jangan sampai ada halangan untuk menuntut ilmu yang lebih tinggi. Tidak peduli apapun latar belakang kita, apakah kita nanti akan menjadi karyawan, pengusaha ataupun ibu rumah tangga yang pekerjaannya sangatlah mulia di mata Allah SWT. Menuntut ilmu sangatlah penting bagi wanita, karena nanti kitalah yang akan melahirkan penerus-penerus bangsa. Wanita yang cerdas, Insha Allah akan memiliki anak yang cerdas pula. Amin ya Robb.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan. Alhamdulillah dengan segala usaha dan kemampuan yang dilakukan penulis sehingga tesis yang berjudul “**Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung**” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam penyelesaian studi Magister Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing sekaligus selaku Dosen Wali yang telah meluangkan waktu dan pikiran selama proses penyelesaian tesis serta telah memberi saran dan pengetahuan selama masa kuliah.
2. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Seluruh Dosen, Karyawan, Staf, dan Civitas akademik STIE Perbanas Surabaya.
5. Staff administrasi Program Pascasarjana Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

Akhir kata, penulis memanjatkan doa semoga Allah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya atas semua amal baik kita semua. Penulis menyadari bahwa manusia tidak lepas dari kesalahan, sehingga kritik dan saran dibutuhkan agar tesis ini dapat menjadi lebih baik. Terima kasih.

Surabaya, Februari 2017

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Merek.....	23
2.2.2 Kesadaran merek.....	24
2.2.3 Citra merek.....	27
2.2.4 Loyalitas merek.....	30
2.2.5 Persepsi kualitas.....	33
2.2.6 Keputusan pembelian.....	34
2.2.7 Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.....	38
2.2.8 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian... ..	39
2.2.9 Pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian.....	41
2.2.10 Pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
2.4 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Batasan Penelitian.....	45
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	46
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.4.1 Definisi operasional.....	46
3.4.2 Pengukuran variabel.....	48

3.5 Teknik Sampling.....	49
3.5.1 Populasi dan sampel.....	49
3.5.2 Teknik pengambilan sampel.....	49
3.6 Instrumen Penelitian.....	50
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.7.1 Uji Validitas.....	51
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	52
3.9 Teknik Analisis Data.....	53
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	56
3.9.4 Uji Goodness of Fit.....	57
3.9.5 Formulasi Hipotesis.....	58
3.9.6 Kriteria Pengambilan Keputusan.....	59
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	61
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin..	61
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> Samsung.....	62
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	63
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	67
4.2 Analisis Data.....	68
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	69
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar.....	71
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	73
4.3.1 Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	73
4.3.2 Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	74
4.3.3 Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	75
4.3.4 Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kualitas.....	76
4.3.5 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.4 Hasil Analisis Statistik.....	78
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.4.2 Analsis Regresi Linier Berganda (<i>Multiple Regression Analysis</i>).....	82
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	86

4.4.4 Uji Simultan (Uji F).....	87
4.4.5 Uji Parsial (Uji t).....	88
4.5 Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	99
5.3 Saran.....	100
5.3.1 Peneliti selanjutnya.....	100
5.3.2 Perusahaan Samsung.....	101
DAFTAR RUJUKAN.....	103

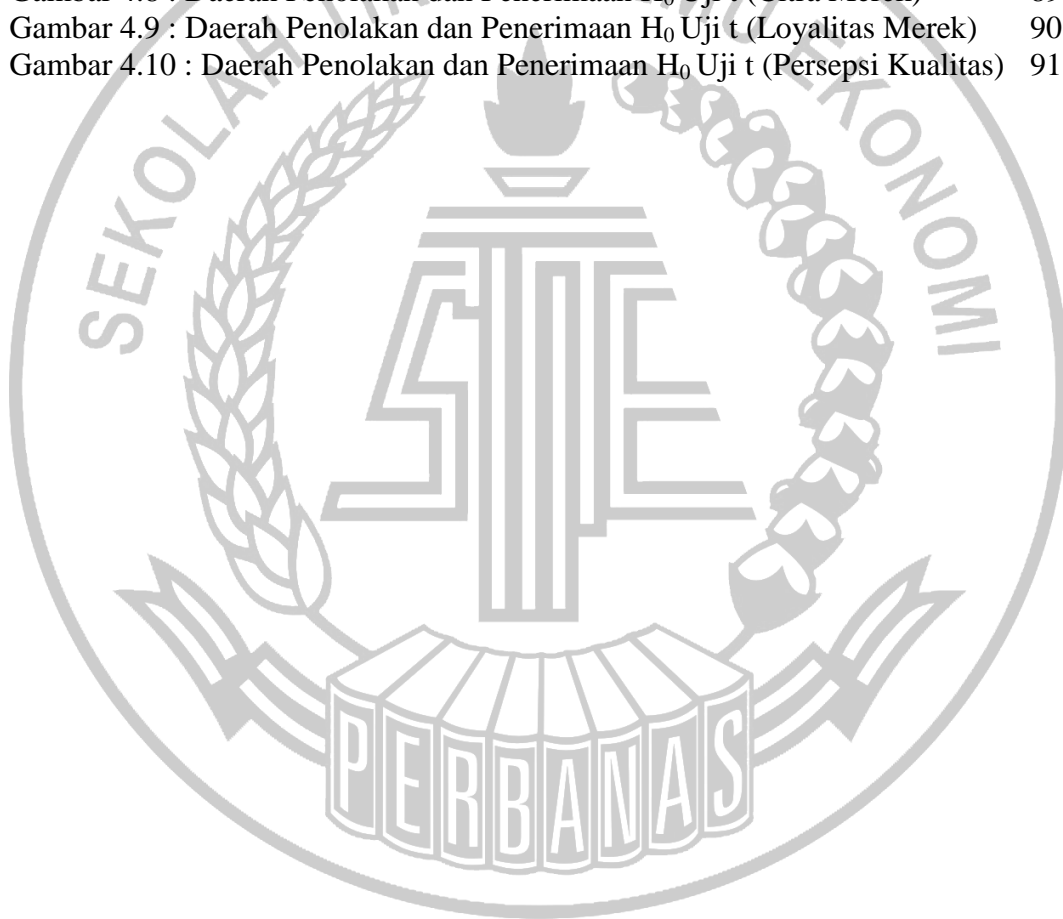


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Vendor <i>Smartphone</i> Lima Teratas, Pengiriman, Pasar Saham dan Pertumbuhan per Tahun pada Kuartal Keempat Tahun 2015	3
Tabel 1.2 : Vendor <i>Smartphone</i> Lima Teratas, Pengiriman, Pasar Saham dan Pertumbuhan per Tahun pada Tahun 2015	3
Tabel 1.3 : Top Brand Index 2016 Kategori Telekomunikasi/ IT – <i>Smartphone</i>	4
Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 : Interval Kelas	49
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> Samsung	63
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	64
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	68
Tabel 4.7 : Uji Validitas Sampel Kecil	70
Tabel 4.8 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil	71
Tabel 4.9 : Uji Validitas Sampel Besar	72
Tabel 4.10 : Uji Reliabilitas Sampel Besar	73
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	74
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	75
Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	76
Tabel 4.14 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	77
Tabel 4.15 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel 4.16 : Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.17 : Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4.18 : Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.19 : Hasil Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.20 : Koefisien Determinasi Simultan	86
Tabel 4.21 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	87
Tabel 4.22 : Hasil Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	88
Tabel 4.23 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> Samsung	63
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	64
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Gambar 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	68
Gambar 4.7 : Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Uji t (Kesadarn Merek)	89
Gambar 4.8 : Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Uji t (Citra Merek)	89
Gambar 4.9 : Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Uji t (Loyalitas Merek)	90
Gambar 4.10 : Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Uji t (Persepsi Kualitas)	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Jadwal Penulisan Tesis
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan
- Lampiran 10 : Daftar Perbaikan Proposal Tesis
- Lampiran 11 : Daftar Perbaikan Seminar Hasil Penelitian Tesis
- Lampiran 12 : Daftar Perbaikan Ujian Tesis
- Lampiran 13 : Hasil *Turnitin*



***EFFECTS OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY
AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASING DECISION OF
SMARTPHONE SAMSUNG***

Endah Novita Kusuma Wardani
STIE Perbanas Surabaya
indah.nkw@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze wheater Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty and Perceived Quality simultaneously and partially have significant effect toward Purchasing Decision of Smartphone Samsung. This research was used by using questionnaires methods. Population of this study was people in Indonesia. Questionnaires were distributed to all regions in Indonesia through social media. Research involves to 250 of people in Indonesia. The sampling technique in this study was used Convenience Sampling. Technique of data analysis is using multiple linier regression analysis. The result of the research showed that Brand Awreness, Brand Image, Brand Loyalty and Perceived Quality simultaneously have significant effect toward Purchasing Decision of Smartphone Samsung. Brand Loyalty and Perceived Quality have positive significant effect towards Purchasing Decision. Brand Awareness and Brand Image partially have insignificance effect toward Purchasing Decision.

Keywords : *Brand Awreness, Brand Image, Brand Loyalty, Perceived Quality, Purchasing Decision*