

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
JENIS ANDROID**

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya)



Skripsi Oleh:

BAGUS WICAKSONO

01121001037

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG JENIS ANDROID**

Disusun oleh:

Nama : Bagus Wicaksono
NIM : 01121001037
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Tanggal
: _____

Dosen Pembimbing



Ketua

Drs.H.A. Nazaruddin, M.M

196211121989111001

Tanggal
: _____



Anggota

Welly Nailis, S.E., M.M

197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya, Periode 2018-2019)

Disusun Oleh:

Nama : Bagus Wicaksono
NIM : 01121001037
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dan Ujian Komprehensif pada tanggal 19 Desember 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 19 Desember 2018

Ketua



Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM
NIP. 195706131985031002

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Anggota



Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Mengetahui

Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Bagus Wicaksono

NIM : 01121001037

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android (Studi Kasus Mahasiswa FE Unsri Kampus Indralaya, Periode 2018-2019)

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Ahmad Nazaruddin, M.M

Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M

Tanggal Ujian: 19 Desember 2018

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjaan.

Indralaya, 19 Desember 2018

Pembuat Pernyataan



Bagus Wicaksono

NIM. 01121001037

Motto dan Persembahan

I DON'T HAVE

Dengan mengucap Alhamdulillah
Skrispi ini Kupersembahkan untuk,
Kedua orang tuaku,
Drs. H. Edison. M.M dan Hj. Nyimas Hartati
Keluarga
Diah Paramita, S.E., M.M dan Rama Wijaya
Para Sahabat
Dan Almamater

Riwayat Hidup

A. BIOGRAFI

Nama Mahasiswa	: Bagus Wicaksono
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Tempat/ Tanggal Lahir	: Prabumulih, 14 Juli 1995
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Alamat Rumah	: Jln. A. Yani No.09 Prabujaya, Prabumulih
Kewarganegaraan	: Indonesia

B. LATAR BELAKANG

Pendidikan Formal

SD	: SD N 1 Prabumulih
SMP	: SMP N 1 Prabumulih
SMA	: SMA N 3 Prabumulih
S-1	: Universitas Sriwijaya

C. PENGALAMAN ORGANISASI

Anggota IKAMMA (Ikatan Mahasiswa Manajemen)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas semua Karunia dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android (Studi kasus Mahasiswa FE Unsri Kampus Indralaya, Periode 2012-2013). Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas membahas tentang adakah pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android pada mahasiswa FE Unsri Indralaya. Hasil penelitian ini adalah 1. Keunggulan Produk memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android. 2. Citra Merek juga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android. 3. Keunggulan Produk dan Citra Merek memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung jenis Android. Pada penelitian ini variabel yang paling dominan adalah variabel Citra Merek (X2).

Apabila ingin melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti Marketing Mix, Ekuitas Merek, Loyalitas, Promosi dan lain-lain.

Indralaya, 28 Desember 2018

Penulis

Bagus Wicaksono

NIM. 01121001037

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena penulis dan menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itulah pada kesempatan ini, penulisan menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terutama:

1. Allah SWT, Tuhan Pencipta Alam Semesta. Yang berkat Rahmat, Karunia dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Yth. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M selaku dosen pembimbing yang telah dengan sangat sabar membantu saya. Semoga Berkah, Rahmat, Kebaikan, Kesehatan dan perlindungan dari Allah SWT selalu diberikan kepada Bapak dan Keluarga bapak.
3. Yth. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah dengan sangat sabar membantu saya. Semoga Berkah, Rahmat, Kebaikan, Kesehatan dan perlindungan dari Allah SWT selalu diberikan kepada Bapak dan Keluarga bapak.
4. Yth. Bapak Ahmad Maulana, S.E., M.M selaku dosen penguji ujian Komprehensif yang telah dengan sangat sabar membantu saya. Semoga Berkah, Rahmat, Kebaikan, Kesehatan dan perlindungan dari Allah SWT selalu diberikan kepada Bapak dan Keluarga bapak.
5. Yth. Ibu Hj. Nofiawaty, S.E., M.M. selaku dosen penguji ujian proposal yang telah dengan sangat sabar membantu saya. Semoga Berkah, Rahmat, Kebaikan, Kesehatan dan perlindungan dari Allah SWT selalu diberikan kepada ibu dan Keluarga ibu.
6. Yth. Bapak Zakari Wahab, M.B.A selaku Ketua Jurusan Manajemen FE Unsri.
7. Yth. Bapak Welly Nailis. S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen. Terimakasih sebanyak-banyaknya untuk semua kebaikan bapak. Hanya Allah SWT yang dapat membalas semua kebaikan bapak. Bapak adalah dosen terbaik dan terfavorit dan contoh untuk kami para mahasiswa dengan semua perilaku dan ilmu yang bapak ajarkan Hormat saya Bagus Wicaksono.
8. Yth, Bapak Prof. Dr. Ir. Anis Sagaff, M.S.C.E. Selaku Rektor UNSRI.
9. Yth. Bapak Taufiq, M.Si Selaku dekan FE UNSRI.

10. Yth. Bapak Drs. H. Ahmad Widad, M.SC selaku dosen Pembimbing Akademik.
11. Kepada seluruh dosen dan pegawai FE UNSRI khususnya Jurusan Manajemen, yang sangat berjasa yang tidak dapat saya ucapkan satu persatu semoga kebaikan yang telah kalian lakukan akan dibalas oleh Tuhan. Amin.
12. Kedua orang tua, Drs. H. Edison, M.M dan Hj. Nyimas Hartati. Keluarga Diah Paramita, S.E, M.M dan Rama Wijaya. Para sahabat yang tidak dapat disebutkan satu-persatu terimakasih banyak atas semuanya.
13. Teman-Teman Manajemen 2012.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulisan yang lebih baik dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap agar laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Indralaya, 28 Desember 2018

Penulis

Bagus Wicaksono

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	IV
RIWAYAT HIDUP.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
UCAPAN TERIMAKASIH.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	XIV
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	XV
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN ABSTRAK.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keunggulan Produk	7
2.1.2 Merek (<i>Brand</i>)	8
2.1.3 Tingkatan Merek.....	9
2.1.4 Citra Merek	10
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap	11
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	18
3.2 Rancangan Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber data	18
3.4 Teknik Pengumpulan data	18
3.5 Populasi Sampe dan Uji Instrumen	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	19
3.6 Instrumen Penelitian	20
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen... ..	20
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hiptesis.....	21
3.7.1 Teknik Analisis Data	21
3.7.2 Uji Hipotesis	22
3.8 Identifikasi, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran Variabael...23	
3.8.1 Identifikasi Variabel	23
3.8.2 Definisi Operasional Variabael, Indikator Variabel dan Skala.....	23
3.8.3 Skala Ukur Variabel	24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	25
4.1.1 Hasil Uji Validitas & Reabilitas Instrumen Penelitian.....	25
4.1.2 Profil Responden	28
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	28
4.1.3 Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian	29
4.1.3.1 Gambaran Variabel Keunggulan Produk (X1)	30
4.1.3.2 Gambaran Variabel Citra Merek (X2)	35
4.1.3.3 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
4.1.4 Uji Instrumen Hipotesis	39
4.1.4.1 Uji t (Parsial) dan Regresi Linier Berganda	39
4.1.4.1.1 Uji t (Parsial Keunggulan Produk)	40
4.1.4.1.2 Uji t (Parsial Citra Merek)	40
4.1.4.2 Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi	41
4.1.4.3 Persamaan Regresi Linier Berganda	43
4.2 Pembahasan.....	44

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran.....	47
Daftar Pustaka	49
Lampiran – lampiran	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Produk Samsung dan Xiaomi.....	3
Tabel 1.2	Hasil survey Top Brand Telekomunikasi/IT Smartphone	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel, Indikator Variabel dan Skala	23
Tabel 4.1	Hasil Uji Instrumen.....	26
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden.....	28
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang	30
Variabel Keunggulan Produk Smartphone Samsung Jenis Android		
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel	35
Citra Merek Smartphone Samsung Jenis Android		
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel	37
Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Jenis Android		
Tabel 4.14	Hasil Uji t Keunggulan Produk.....	40
Tabel 4.15	Hasil Uji t Citra Merek.....	40
Tabel 4.16	Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	41
Tabel 4.17	Tabel Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 4.18	Hasil Uji t dan Regresi Linier Berganda.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Pembelian Konsumen11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuisisioner.....51
Lampiran 1.2 Hasil Kuisisioner.....57
Lampiran 1.3 Hasil SPSS.....62

**Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Samsung Jenis Andorid (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya)**

Bagus Wicaksono

Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

Drs. H. Ahmad Nazarudin, M.M

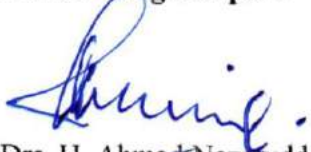
Welly Nailis, S.E.,M.M

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh keunggulan produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung jenis Android. Responden dalam penelitian ini adalah 100 responden yang telah menggunakan *Smartphone* Samsung jenis Android minimal 6 bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk yang terdiri dari *performance; features; conformance; durability* dan citra merek yang terdiri dari citra pembuat, citra pemakai dan citra produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung jenis Android. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (r-square) sebesar 0,546 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dalam membeli dan menggunakan *Smartphone* Samsung jenis Android oleh variabel atribut yang diteliti sebesar 54,6, sisanya 45,4% di pengaruhi oleh variabel lain. Disisi lain, variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah Citra Merek.

Kata Kunci: Keunggulan Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Mengetahui
Pembimbing Skripsi I



Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM
NIP. 195706131985031002

Pembimbing Skripsi II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

ANALYZE AND DETERMINE THE EFFECT OF PRODUCT SUPERIORITY AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASING DECISIONS OF SAMSUNG SMARTPHONES OF ANDROID TYPE (CASE STUDY OF ECONOMIC FACULTY STUDENTS OF SRIWIJAYA UNIVERSITY INDRALAYA CAMPUS)

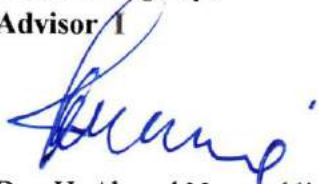
By:

Bagus Wicaksono

This study aims to analyze and determine the effect of product superiority and brand image on the purchasing decisions of Samsung smartphones of Android type. Respondents in this study were 100 respondents who had used Samsung smartphones of Android type for at least the last 6 months. The data analysis technique uses multiple regression analysis. The results of the study show that product excellence consists of performance; features; conformance; durability and brand image consisting of the image of the maker, user image and product image partially and simultaneously have a positive and significant effect on the purchase decision of the Samsung Smartphone type of Android. Based on the value of the coefficient of determination (r-square) of 0.546 indicates that the purchasing decision in buying and using a Samsung Smartphone type Android by the attribute variable studied was 54.6, the remaining 45.4% was influenced by other variables. On the other hand, the most dominant variable on customer satisfaction is Brand Image.

Key words: Product Superiority, Brand Image, Purchasing Decisions

**Acknowledge by,
Advisor I**



Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM
NIP. 195706131985031002

Advisor II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Chief of,

Management Departement



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

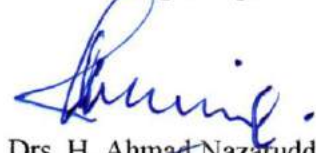
SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa :

Nama : Bagus Wicaksono
NIM : 01121001037
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya, Periode 2018-2019)

Telah kami periksa cara penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

**Mengetahui
Pembimbing Skripsi I**



Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM
NIP. 195706131985031002

Pembimbing Skripsi II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan teknologi oleh manusia telah diawali dengan membuat serta menggunakan alat-alat yang masih sederhana. Alat-alat tersebut dibuat oleh manusia untuk membantu manusia dalam memudahkan pekerjaan, menyelesaikan masalah dan untuk bertukar informasi melalui proses komunikasi. Sebelum ditemukannya alat-alat komunikasi manusia hanya bisa berkomunikasi dengan cara bertatap muka secara langsung. Tetapi, hal seperti ini sangat menyulitkan karena jarak antara lawan pembicara dan lawan bicara yang mungkin berjauhan. Permasalahan ini yang membuat manusia untuk terus melakukan inovasi dalam proses berkomunikasi.

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh manusia adalah penemuan telegraf oleh Alexander Bain pada tahun 1837. Telegraf adalah alat yang digunakan untuk mengirim serta menerima pesan yang dikirim oleh operator melalui kode morse. Banyaknya penggunaan telegraf yang terus berkembang memicu inovasi baru melalui penemuan telepon oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Setelah itu inovasi terus berkembang dengan ditemukannya sistem *handphone* oleh Martin Choooper pada tahun 1973 dan pada tahun 1983 *handphone* telah diciptakan. (id.wikipedia.org)

Penemuan *handphone* dan alat-alat komunikasi lainnya membuat para produsen berlomba-lomba untuk mengembangkan produknya sehingga dapat diterima oleh pasar. Pada tahun 1992, IBM merancang *handphone* pintar (*smartphone*) untuk pertama kali yang dinamakan Simon. Pada tahun 2000an banyak perusahaan elektronik yang mulai merambah bisnis *smarthpone* seperti Samsung, LG dan Apple.

Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia yang pada awalnya memproduksi perangkat elektronik seperti televisi, kalkulator, kulkas, pendingin

ruangan dan mesin cuci. Melalui produk-produk ini, Samsung memperluas usahanya dengan mendirikan perusahaan telekomunikasi. Produk telekomunikasi perusahaan Samsung yang banyak dikenal oleh masyarakat saat ini adalah *smartphone*. Samsung mulai sukses dengan produk *smartphone* pada awal tahun 2010 ketika diluncurkannya Samsung Galaxy yang langsung dapat diterima oleh konsumen. Salah satu ciri desain produk *smartphone* Samsung dari tipe awal yaitu Samsung Galaxy sampai dengan Samsung Galaxy S adalah tulisan Samsung berwarna *silver* yang ada di belakang produk. Tulisan ini akan lebih mengenalkan dan menguatkan pemikiran konsumen terhadap merek Samsung sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan ketika akan melakukan pembelian. (id.wikipedia.org)

Persaingan dalam mengembangkan *smartphone* yang terus dilakukan digunakan perusahaan untuk menciptakan keunggulan produk. Keunggulan produk menurut Kotler dan Armstrong (2008) “Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten”. Tjiptono (2008) menyatakan “Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan”. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah: *Performance* (Kinerja), *Durability* (Daya tahan), *Conformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi), *Features* (Fitur), *Reliability* (Reliabilitas), *Aesthetics* (Estetika), *Perceived quality* (Kesan Kualitas), *Serviceability* (Kecepatan dan Kemudahan).

Keunggulan yang dimiliki produk menjadi salah satu upaya perusahaan untuk membuat pelanggan membeli produk tersebut. Upaya ini juga dilakukan oleh perusahaan Samsung yang menawarkan berbagai keunggulan yang terdapat pada berbagai tipe *smartphone* yang ditawarkan perusahaan.

Keunggulan spesifikasi produk Samsung dibandingkan Xiaomi dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1.1 Perbandingan Produk Samsung dan Produk Xiaomi

Keterangan	Samsung	Xiaomi
<i>Performance</i> (Kinerja)	Samsung memiliki kinerja pengoperasi yang sangat baik. Samsung Galaxy J1 yang memiliki Android 4.4.4 Kitkat	Xiaomi Redmi 1S mempunyai OS 4.2 Jelly Bean
<i>Durability</i> (Daya tahan)	Kapasitas baterai pada Samsung Note 6 adalah 4000 mAh.	Kapasitas baterai pada Xiaomi Mi 5S Plus adalah 3200 mAh.
<i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Samsung Galaxy J5 memiliki berat 146 gram sehingga lebih ringan.	Xiaomi Redmi Note 2 memiliki berat 160 gram sehingga sedikit berat.
<i>Features</i> (Fitur)	Samsung G S4 memiliki Fitur S Translator yang akan membantu Anda berbicara kepada orang lain yang bahasanya berbeda.	Xiaomi Redmi Note 3 tidak ada fitur S Translator.
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	Samsung Galaxy S7 Edge mendukung Micro SD.	Xiaomi Mi 5S Plus tidak mendukung Micro SD.
<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Samsung Galaxy S7 Edge terbuat dari bahan Metal, Cover Glass sehingga membuat lebih indah dan elegan.	Xiaomi Mi 5S Plus, Semua bahan dari metal sehingga tampak lebih monoton.
<i>Perceived quality</i> (Kesan Kualitas)	Samsung Galaxy S7 Edge memiliki pengisian nirkabel sehingga tampak lebih elegan.	Xiaomi Mi 5 Plus tidak memiliki pengisian nirkabel.
<i>Serviceability</i> (Kecepatan dan Kemudahan)	Samsung membuka customer call untuk pelanggan.	Xiaomi juga membuka customer call.

Sumber : www.versus.com

Penguatan merek juga harus dilakukan untuk memenangkan pasar saat ini. “Merek adalah sebuah nama, simbol, *design* ataupun kombinasi dari semuanya yang dipakai untuk mengidentifikasi sesuatu (produk, tempat, orang, perusahaan, negara, organisasi, dan sebagainya” (Irvan : 2012). Untuk melakukan penguatan merek diperlukan citra merek (*brand image*) yang baik secara emosional akan membentuk kepuasan dalam diri individu yang

menghasilkan kualitas (persepsi nilai yang dirasakan pelanggan atas mutu produk) terhadap suatu merek. Menurut Freddy Rangkuti (2008) “Citra merek (*brand image*) adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen”.

Samsung merupakan kategori *smartphone* dengan merek yang kuat juga yang dapat ditunjukkan dari *Top Brand Index* kategori telekomunikasi *smartphone* tahun 2016 fase 1:

Tabel 1.2 Hasil Survey Top Brand Telekomunikasi/ IT Kategori Smartphone 2016

MEREK	TBI	TOP
Samsung	43.4%	TOP
Nokia	10.9%	TOP
Blackberry	9.8%	
iPhone	5.8%	
Smartfren	5.4%	
Lenovo	4.0%	
Oppo	3.4%	
Asus	3.2%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/>

Schiffman & Kanuk (2008 : 485) menegaskan “Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan”. Tetapi dalam pengambilan keputusan pembelian dari pilihan alternatif tersebut lebih sering didasarkan pada pertimbangan merek dari pada hal-hal lain. Banyak variasi produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang berbeda pula (Sulistya : 2011).

Terdapat penelitian sebelumnya yang hampir sama yaitu Analisis Varian Pengaruh Interaksi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen BlackBerry di Kota Semarang). Penelitian ini dipublikasikan dalam bentuk jurnal ilmiah yang dibuat oleh Octora kurnia Goseldia dan Retno Hidayati pada tahun 2011. Dari penelitian

tersebut harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk BlackBerry.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Keunggulan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Jenis Android (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Setelah memahami latar belakang masalah di atas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah ada pengaruh signifikan keunggulan produk dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung jenis android di lingkungan Mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya?
- b. Apakah ada pengaruh signifikan keunggulan produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung jenis android di lingkungan Mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai antara lain :

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial keunggulan produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung jenis android di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan keunggulan produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung jenis android di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi pengayaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

b. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang selanjutnya berguna untuk menyusun kebijakan pemasaran. Selain itu, dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang selama ini diimplementasikan.

Daftar Pustaka

- Ahira, Anne. 2013. Perkembangan Alat Komunikasi dari Dulu Hingga Kini. Diambil pada tanggal 5 September 2016 dari www.aneahira.com/perkembangan-alat-komunikasi.html
- Anggraini. Lusi. 2011. Populasi dan Sampel diambil dari <http://lusi-anggraini.blogspot.co.id/2011/12/populasi-dan-sampel.html>
- Arianto, A.B.(2011).” Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang”.
- Artikel non personal. 5 September 2016, Top Brand Award, Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1
- Artikel non-personal, 5 September 2016, Ponsel Cerdas, Wikipedia Bahasa Indonesia, https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas
- Artikel non-personal, Skripsi artikel makalah. Analisa pengaruh keunggulan produk. Diambil pada tanggal 5 September 2016 dari <http://skripsi-artikel-makalah.blogspot.co.id/2010/03/analisa-pengaruh-keunggulan-produk.html>
- Artikel – non personal. 5 September 2016. Sejarah Perkembangan Alat Komunikasi. Diambil pada tanggal 1 November 2016 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Telegraf>
- Artikel non-personal. 5 September 2016, Dimensia Produk. Diambil dari <http://www.marketing.co.id/dimensi-kualitas-produk/>
- Artikel non-personal. 5 September 2016, Samsung Galaxy S7 Edge vs Xiaomi Mi 5S Plus diambil dari <https://versus.com/en/samsung-galaxy-s7-edge-vs-xiaomi-mi-5s-plus>
- Artikel non-personal. 5 September 2016, Sejarah Samsung, Wikipedia Bahasa Indonesia, https://id.wikipedia.org/wiki/Samsung_Electronics
- Anggarisma,Galiah (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (studi kasus mahasiswa Univeritas Muhammadiyah Surakarta).
- Damayanti, T. (2015). “Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telekomunikasi Selular pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya”.
- Daulay, A.M. (2015). “ Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel Simpati pada Mahasiwa FE Unsri”.
- Defriansyah, Doni. (2016). “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya)”.
- Irvan. 2012. *Brand is like a donut*. Jakarta : PT Bhuana Ilmu Komputer.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih bahasa : Bob sabran, MM. Edisi 12 jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1 dan 2. Terjemahan: Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
- Mazzipanneh. 2012. Sejarah dan Perkembangan Handphone dari masa ke masa. Diambil pada tanggal 5 September 2016 dari <https://mazzipanneh.wordpress.com/2012/01/04/sejarah-dan-perkembangan-handphone-dari-masa-ke-masa/>
- Octora Kurnia dan Retno Hidayati. (2011). “Pengaruh Interaksi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Blackberry di Kota Semarang)”.
- Oktaria, Uchi (2009). “Pengaruh Citra Merek Kartu Flexi Trendy terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di FE Unsri”.
- Paramita, Diah (2014). “Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian smarhpone Samsung jenis Android di FE Unsri Kampus Palembang”
- Pradiansyah, Arvan Msc. 2006. *You are a Leader!*. Cetakan Keenam. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Purba, M. I. (2011). “Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Telekomunikasi Selular Prabayar pada Mahasiswa Fakultas Matematika dan IPA Universitas Sumatera Utara”
- Ririn Bachilius, Nugroho Cahyo (2015). “Analisis Pelayanan Harga Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api pada PT. KAI DAOP IV Semarang”
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta : PT Indeks
- Suasana, I.G.A.K.G. (2015). “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Materialisme terhadap Loyalitas Produk Apple di Denpasar”
- Sulistya, Endang Rini & Oon Boy M S Pane. 2011. “Pengaruh Brand Equity Flash Disk Merek Kingston Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Amik MBP Medan”. *Jurnal Ekonomi*, Vol 14 No. 3.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management and Strategy*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi.