

**FAKTOR DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

HENY ANDRI HASTUTI

B 100 110 181

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

FAKTOR DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG

Yang ditulis oleh :

HENY ANDRI HASTUTI
B 100 110 181

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 18 Maret 2015
Pembimbing



(Edy Purwo Saputro, SE, Msi)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HENY ANDRI HASTUTI**

NIRM : **B100110181**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“FAKTOR DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI
SMARTPHONE SAMSUNG”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 18 Maret 2015

Yang membuat pernyataan,

(**Heny Andri Hastuti**)

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

“Di setiap jalan menuju keberhasilan dan kesuksesan selalu ada halangan dan cobaan yang harus di hadapi”

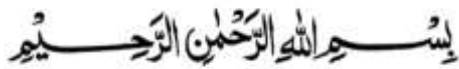
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu dan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang kukasihi dan kusayangi:

1. Bapak, Ibu, dan Adik tercinta yang tak pernah henti memberiku doa, semangat, dukungan dan cinta kasihnya yang selalu mereka berikan.
2. Keluarga besarku yang selalu memberikan doa dan dukungan untukku.
3. Supriyadi yang selalu mengingatkanku, memberikan semangat serta kekuatan kepadaku dalam penyusunan karya yang sederhana ini.
4. Bapak Edy Purwo Saputro, SE, MSi yang selama ini telah membimbingku dan mengajariku dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
5. Teman-temanku yang selalu membantuku, mendengarkan keluh kesahku dan selalu memberikan semangat (Ricky, Ayudha, Liana, Arivah, Mbak Rina)
6. Seluruh teman-temanku yang ada dikos “**Fairus**” yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah ikut terlibat dalam penyusunan karya sederhanaku ini.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“FAKTOR DAYA TARIK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG”**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dengan ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Edy Purwo Saputro, SE, MSi selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir.
4. Ibu Irmawati, SE, MSi selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan, bimbingan dan nasihat.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan bantuan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dalam penulisan skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang telah ikut serta memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

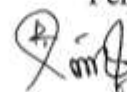
Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan, maka penulis merasa sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membantu penulis dalam mengembangkan dan memperluas wawasan sebagai proses pembelajaran diri.

Akhir kata penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri, pembaca, maupun bagi pengembang ilmu pengetahuan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 18 Maret 2015

Penulis



HENY ANDRI HASTUTI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	7
1. Keputusan Pembelian.....	7

2. Merek (Brand)	8
3. Fitur	10
4. Kualitas Produk.....	11
5. Desain	12
B. Penelitian Terdahulu	14

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran	17
B. Hipotesis	19
C. Data dan Sumber Data	21
D. Populasi dan Sampel	22
E. Teknik Pengumpulan Data	23
F. Skala Pengukuran Kuesioner	23
G. Definisi Operasional Variabel.....	24
H. Alat Analisis Data	26
1. Uji Instrumen	26
a. Uji Validitas	26
b. Uji Reliabilitas	27
2. Uji Asumsi Klasik	27
a. Uji Normalitas	27
b. Uji Multikolinieritas	28
c. Uji Heteroskedastisitas	29

3. Analisis Regresi Berganda	29
4. Pengujian Hipotesis	30
a. Uji t (uji signifikansi parameter individu).....	30
b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)	30
c. Uji Parameter Individu (R^2)	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden	32
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	32
2. Karakteristik Berdasarkan Usia	33
B. Pengujian Instrumen Penelitian	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	38
3. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Multikolinearitas	40
c. Uji Heteroskedastisitas	41
4. Analisis Regresi Berganda	42
5. Uji Hipotesis	43
a. Koefisien Determinasi (R^2)	44
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	44

c. Uji Parameter Individu (Uji t).....	45
C. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	49
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.2 Usia Responden	35
Tabel 4.3 Uji Validitas Merek	36
Tabel 4.4 Uji Validitas Fitur	37
Tabel 4.5 Uji Validitas Desain	38
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Produk	39
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.13 Hasil Uji F	46
Tabel 4.14 Hasil Uji t	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2 Tabel Hasil Perhitungan Kuesioner	61
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS	76
Lampiran 4 Tabel Harga Kritik dari <i>Product Moment</i>	88

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh merek, fitur, desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Data yang digunakan yaitu data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa sebagai responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan menentukan kriteria yang akan diambil sesuai kebutuhan penelitian. Untuk mengetahui apakah merek, fitur, desain dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi R Square, uji F, uji t, sedangkan untuk menguji kevalidan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas serta uji asumsi klasik. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menyatakan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal, bebas multikolonieritas dan bebas heteroskedastisitas. Selanjutnya menggunakan regresi linier berganda dapat ditentukan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasilnya yaitu variabel merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, fitur tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Merek, fitur, desain, dan kualitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: merek, fitur, desain, kualitas, keputusan pembelian.