

**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG**

**(Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**TEGAS BAYU SAMBODO**

**1702010213**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

# PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG

(Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)



## SKRIPSI

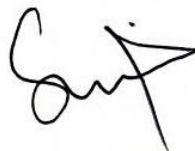
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**TEGAS BAYU SAMBODO**

**1702010213**

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.**

**NIK. 2160128**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tegas Bayu Sambodo  
NIM : 1702010213  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan berlaku.

Purwokerto, 5 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Tegas Bayu Sambodo

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Tegas Bayu Sambodo  
NIM : 1702010213  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul Laporan : **Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Merek Samsung (Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si  
Anggota 1 : Wida Purwidianti, S.E., M.Sc  
Anggota 2 : Totok Haryanto, S.E., MM



Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 5 Agustus 2021

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si**

**NIK. 2160187**

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tegas Bayu Sambodo  
NIM : 1702010213  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung  
(Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 5 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Tegas Bayu Sambodo

## MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Anfaal ayat 46)

“Ketika kau bekerja keras dan gagal, penyesalan itu akan cepat berlalu. Berbeda dengan penyesalan ketika tidak berani mencoba”

(Tegas Bayu Sambodo)



## PERSEMBAHAN



### **Kupersembahkan skripsi ini kepada:**

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Dali dan Ibu Rustini) sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Kakak-kakak tersayang (Alif Bari Waluyo, Tinus Abdi Wiguna dan Anggun Setyaningsih) sebagai tanda terima kasih atas dukungan dan motivasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
2. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Dra, Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Wida Purwidiyanti, S.E., M.Sc dan Totok Haryanto, S.E., MM selaku dosen penguji saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
5. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
6. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.

7. Mahasiswa pengguna *smartphone* Samsung, terima kasih telah meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini.
8. Teman terbaikku Destiana yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Manajemen D 2017.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 5 Agustus 2021

Penulis



**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK  
SAMSUNG**

(Studi Pada Mahasiswa di kota Purwokerto)

**Tegas Bayu Sambodo<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
e-mail: [bayutegas112@gmail.com](mailto:bayutegas112@gmail.com)

**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
e-mail: [septinharyanto@gmail.com](mailto:septinharyanto@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand trust*, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 104 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand trust*, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF BRAND TRUST, PRODUCT QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON PURCHASE DECISIONS FOR SAMSUNG BRAND  
SMARTPHONES***

(A Case Study on Students in Purwokerto)

**Tegas Bayu Sambodo<sup>1</sup>**

*The Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
e-mail: [bayutegas112@gmail.com](mailto:bayutegas112@gmail.com)*

**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si<sup>2</sup>**

*The Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
e-mail: [septinharyanto@gmail.com](mailto:septinharyanto@gmail.com)*

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of brand trust, product quality, and brand image on purchasing decisions. This research method is quantitative research. The sampling technique used in this study was the purposive sampling method that generated 104 respondents. The analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis. The results of this study showed that brand trust, product quality and brand image has a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: brand trust, product quality, brand image, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> ....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran .....	26
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Populasi dan Sampel.....	31

C.	Teknik Pengumpulan Data .....	34
D.	Definisi Operasional .....	34
E.	Metode Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>46</b>
A.	Gambaran Umum Samsung .....	46
B.	Karakteristik Responden .....	47
C.	Deskripsi Jawaban Responden .....	51
D.	Uji Instrumen Data .....	57
E.	Uji Asumsi Klasik .....	60
F.	Uji Analisis Data .....	64
G.	Pengujian Hipotesis .....	67
H.	Pembahasan .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>79</b>
A.	Kesimpulan .....	79
B.	Keterbatasan .....	79
C.	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pasar penjualan gadget global 2020.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa.....	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	35
Tabel 4. 1 Response Rate.....	48
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	49
Tabel 4. 4 Perguruan Tinggi.....	50
Tabel 4. 5 Uang Saku Perbulan.....	51
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif Brand Trust.....	52
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek.....	54
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 10 Uji Validitas Brand Trust.....	57
Tabel 4. 11 Uji Validitas Kualitas Produk.....	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas Citra Merek.....	58
Tabel 4. 13 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 17 Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser.....	64
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Berganda.....	65
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	41
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	42
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	43
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	45
Gambar 4. 1 Metode Scatterplot .....	63
Gambar 4. 2 Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	68
Gambar 4. 3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	69
Gambar 4. 4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	70
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian .....	87
LAMPIRAN 2: Data Deskripsi Responden .....	93
LAMPIRAN 3: Hasil Statistik Analisis Responden .....	112
LAMPIRAN 4: Data Mentah Kuesioner.....	114
LAMPIRAN 5: Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	126
LAMPIRAN 6: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	128
LAMPIRAN 7: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	133
LAMPIRAN 8: Hasil Analisis Regresi Berganda.....	135
LAMPIRAN 9: Tabel r .....	136
LAMPIRAN 10: Tabel F .....	143
LAMPIRAN 11: Tabel t.....	145