

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON
GENGGAM MEREK SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

WIWIN INRIANI LAMASI

11120041

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2016

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON
GENGGAM MEREK SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

WIWIN INRIANI LAMASI

11120041

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA2016**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON
GENGGAM MEREK SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

WIWIN INRIANI LAMASI

NIM : 11120041

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK SAMSUNG
DI KOTA YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

WIWIN INRIANI LAMASI

11120041

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **16 AUG 2016**

Nama Dosen

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi :

(Ketua Tim)

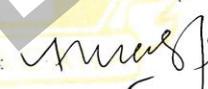
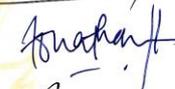
2. Jonathan Herdioko, SE., M.M :

(Dosen Penguji)

3. Dra. Purwani Retno Andaras, MM :

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 29 Agustus 2016

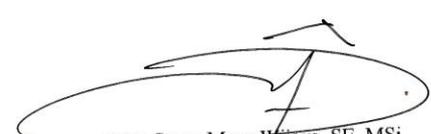
Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK SAMSUNG
DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2016



Wiwin Irfiani Lamasi
11120041

HALAMAN MOTTO

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan! Ia akan seperti pohon yang ditanam di tepi air, yang merambatkan akar-akarnya ke tepi batang air, dan yang tidak mengalami datangnya panas terik, yang daunnya tetap hijau, yang tidak kuatir dalam tahun kering, dan yang tidak berhenti menghasilkan buah.”

~ Yeremia 17:7-8 ~

“Always be yourself no matter what they say and never be anyone else even if they look better than you”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama Tercinta

Windy Wahyuni Lamasi

Januar Brundi (Clinton)

Pak Jonathan Herdioko, S.E., M.M.

Para Sahabat (Tian's Family)

(Ogy, Ongen, Yosi, Ester, Dita, Anggy, Desy, Alckie, dan juga teman-teman lainnya yang selalu memberi semangat

buat saya ^.^)

Almamaterku UKDW

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam Merek Samsung di Kota Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasihNya yang tidak berkesudahan.
2. Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
3. Papa dan Mama tercinta yang sangat luar biasa memberikan dukungan, kasih sayang dan kepercayaan kepada saya selama ini.
4. Adikku Windy yang selalu memberi semangat dan dukungan.
5. Sahabat-sahabat saya terkasih (Mas Ogy, Kakak Ongen, Yosi, Ester, Dita, Anggy, Desy, Kak Alckie) yang selalu ada dan selalu menyemangati saya.
6. Januar Brundi (Clinton) yang tidak pernah berhenti memberi semangat, dukungan, perhatian dan kasih sayang, serta selalu sabar.
7. Seluruh teman – teman yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Dinas Pemerintahan terkait yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kota Yogyakarta.
9. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan laporan tugas akhir ini.

Demikian laporan tugas akhir ini penulis buat, penulis mohon maaf atas semua kesalahan dan semoga karya penulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 22 Agustus 2016

Penulis,

Wiwin Inriani Lamasi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI	8
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.2. Produk	10
2.3. Merek (<i>Brand</i>).....	12

2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
2.5. Kualitas Produk	17
2.6. Keputusan Pembelian	19
2.7. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	21
2.8. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	22
2.9. Penelitian Terdahulu	23
2.10. Kerangka Penelitian	23
2.11. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1. Data	25
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	28
3.3. Metode Analisis Data	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN	36
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	36
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	38
4.3. Pembahasan Hasil	50
BAB V. PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Keterbatasan Penelitian	53
5.3. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 3.2. Skala Likert	29
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	43
Tabel 4.6. Hasil Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.7. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	45
Tabel 4.8. Hasil Uji F	46
Tabel 4.9. Hasil Regresi Linear Berganda	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	23

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel Citra Merek (*brand image*) dan Kualitas Produk (*product quality*) terhadap keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yang membeli dan menggunakan telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini yaitu, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian data menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana variabel citra merek memiliki pengaruh paling kuat dari pada variabel kualitas produk. Angka adjusted R² sebesar 0.400 (40,0%). Hal ini berarti 40,0% keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya 60,0% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRAK

The aim of this study is to examine the effect of the variable component of brand image and product quality on purchase decisions of Samsung Handphone in the city of Yogyakarta. Methods of data collection is done by spreading questionnaires to 100 respondents who buy and use Samsung Handphone by using purposive sampling technique. The hypothesis put forward in this research that are, brand image and product quality give positive influence on purchasing decisions.

The data were tested by using the multiple linear regression analysis. The results showed the independent variables that are brand image and product quality partially and simultaneously give positive and significant impact on purchasing decisions. From two independent variables, brand image was dominant among other independent variables. The coefficient of determination (adjusted R square) was 0,400 which mean independent variables can explain dependent variabel as much as 40,0 % and the rest 60,0% were affected by other variables which were not mentioned in this research.

Keywords : brand image, product quality, buying decision

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel Citra Merek (*brand image*) dan Kualitas Produk (*product quality*) terhadap keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yang membeli dan menggunakan telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini yaitu, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian data menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana variabel citra merek memiliki pengaruh paling kuat dari pada variabel kualitas produk. Angka adjusted R² sebesar 0.400 (40,0%). Hal ini berarti 40,0% keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya 60,0% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRAK

The aim of this study is to examine the effect of the variable component of brand image and product quality on purchase decisions of Samsung Handphone in the city of Yogyakarta. Methods of data collection is done by spreading questionnaires to 100 respondents who buy and use Samsung Handphone by using purposive sampling technique. The hypothesis put forward in this research that are, brand image and product quality give positive influence on purchasing decisions.

The data were tested by using the multiple linear regression analysis. The results showed the independent variables that are brand image and product quality partially and simultaneously give positive and significant impact on purchasing decisions. From two independent variables, brand image was dominant among other independent variables. The coefficient of determination (adjusted R square) was 0,400 which mean independent variables can explain dependent variabel as much as 40,0 % and the rest 60,0% were affected by other variables which were not mentioned in this research.

Keywords : brand image, product quality, buying decision

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita ketahui, di dunia sekarang ini khususnya di Indonesia telah menjadi salah satu pangsa pasar terbesar dalam industri telepon genggam. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya keanekaragaman produk telepon genggam yang ada dipasaran saat ini. Banyak perusahaan telepon genggam yang bersaing menunjukkan bahwa industri tersebut mempunyai tingkat persaingan yang ketat. Banyak juga pesaing dari merek Samsung dalam hal telepon pintar antara lain adalah Iphone, Asus, Lenovo, Oppo yang juga sama menguasai pasar telepon genggam bermerek di Indonesia. Semakin ketatnya persaingan tersebut membuat perusahaan-perusahaan menciptakan berbagai inovasi pada produk barunya, baik dalam inovasi fungsi atau model, kualitas maupun inovasi dalam hal promosi produk dengan tujuan melekatkan merek di hati konsumen.

Perkembangan gaya hidup masyarakat yang kian modern dan trendis khususnya di kalangan anak muda dan juga para pekerja. Hal ini membawa dampak pada munculnya berbagai jenis produk telepon genggam dengan model dan juga kualitas yang beragam sesuai minat kebutuhan atau gaya dari sang pemakain telepon genggam tersebut. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang juga beragam. Hal

tersebut akan terus berlanjut karena gaya hidup masyarakat yang selalu berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan perkembangan zaman akan memunculkan kembali berbagai macam merek telepon genggam. Mulai dengan berbagai macam model dan kualitas yang sangat hebat yang akan meramaikan persaingan produk telepon genggam khususnya di Indonesia.

Telepon genggam merek Samsung adalah salah satu ponsel yang banyak diminati di Indonesia terutama di kalangan anak muda dan juga para pekerja yang aktif baik dalam pekerjaan dan juga sekolah atau kuliah untuk lebih memudahkan dalam pembelajaran. Karena telepon genggam merek Samsung ini diperuntukkan kepada mereka yang senang dengan kemudahan dan juga kenyamanan. Samsung memiliki model yang tipis dan ringan hingga mudah di bawa kemanapun . Samsung juga tidak hanya memproduksi telepon genggam saja, ada banyak produk elektronik. Telepon geggam merek Samsung memiliki variasi model yang berbeda-beda yang tentunya banyak diminati para masyarakat.

Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk merupakan sesuatu yang kompleks karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Seperti halnya produk dan jasa lainnya, ketika seseorang akan memutuskan untuk membeli sebuah produk maka akan muncul berbagai pertimbangan sebelum membelinya. Terutama ketika akan membeli sebuah produk atau menggunakan jasa dengan harga yang bagi konsumen tersebut dirasa cukup mahal atau sangat mahal.

Penelitian ini difokuskan pada masyarakat yang menggunakan bahkan mempunyai telepon genggam merek Samsung di Kota Yogyakarta yang membeli dan menggunakan telepon genggam merek Samsung dalam kesehariannya. Penelitian dilakukan di lokasi ini atas berbagai pertimbangan seperti adanya berbagai latar belakang hidup, kebiasaan, sifat, kultur, sosial dan tingkat ekonomi yang ada didalamnya. Sehingga, secara tidak langsung mempengaruhi pola perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam melakukan pembelian produk telepon genggam merek Samsung ini. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung.

Dari uraian tersebut maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta?

- b. Apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

- a. Pengaruh citra merek dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk telepon genggam Samsung.
- b. Pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk telepon genggam Samsung.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang baik kepada perusahaan untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga membantu manajemen dalam perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

b. Diri Sendiri

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman kepada penulis untuk lebih lagi mengenal sifat-sifat para konsumen dan juga bisa mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama kuliah khususnya mengenai citra merek dan kualitas produk.

c. Bagi Pihak Lain:

1. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.
2. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai citra merek dan kualitas produk.
3. Menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta.

- c. Konsumen yang dijadikan responden berumur 17–30 tahun dan perprofesi sebagai pelajar dan pekerja. Jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 100 responden.
- d. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
1. Variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian (Y) telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta.
 2. Variabel bebas, yaitu Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2).
- e. Pengertian Variabel :
1. Keputusan Pembelian (Y)
Menurut Kotler (2002), Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.
 - a. Citra merek yang tinggi
 - b. Kualitas produk yang baik
 2. Citra Merek (X1)
Menurut Setiadi (2003), Citra Merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat suatu merek.
 - a. Merek yang banyak diketahui masyarakat
 - b. Logo yang mudah diingat
 - c. Merek yang terkenal
 - d. Reputasi merek yang tinggi
 - e. Cocok buat masyarakat
 - f. Promosi yang kuat

g. Memiliki produk sama

h. Mengikuti orang lain

3. Kualitas Produk (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), Kualitas Produk adalah kualitas dari suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

a. Bahan terbaik

b. sesuai perkembangan jaman

c. Merek yang melekat pada masyarakat

d. Kualitas material terbaik

e. kualitas produk terbaik

f. Desain warna yang baik

g. Model dasain yang menarik

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dikemukakan dalam bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara simultan Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta.
- b. Berdasarkan hasil analisis data, secara parsial dapat diketahui bahwa variabel Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta.
- c. Berdasarkan uji determinasi (R^2), angka adjusted R2 atau sebesar 0,400 yang berarti variabel bebas yaitu: Citra Merek dan Kualitas Produk mampu menjelaskan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian sebesar 40,0%, sedangkan sisanya 60,0% variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, contohnya keputusan pembelian juga dapat berpengaruh kepada minat pembeli itu sendiri, harga yang relatif murah, dan juga servis yang terjamin dari telepon genggam itu.
- d. Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan yang yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh paling dominan adalah variabel Citra Merek dari pada variabel kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian telepon genggam merek Samsung di kota Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

- a. Penelitian dilakukan pada produk telepon genggam merek Samsung dengan jumlah responden yang sangat terbatas di kota Yogyakarta. Penelitian juga dibatasi pada variabel Citra Merek dan Kualitas Produk.
- b. Isian jawaban untuk pengolahan data sangat tergantung dari hasil jawaban responden yang belum tentu mencerminkan keadaan sesungguhnya dari responden itu sendiri.

5.3. Saran

a. Saran Bagi Perusahaan Samsung

1. Mempertahankan kualitas produk telepon genggam Samsung agar konsumen tidak merasa kecewa dan hilang kepercayaan kepada perusahaan setelah membeli produk telepon genggam dari Samsung.
2. Memperbaharui desain dari telepon genggam Samsung agar menjadi lebih menarik dengan membuat model baru, memberikan lebih banyak fitur atau memberikan banyak pilihan warna yang saat ini menjadi tren di masyarakat.
3. Lebih gencar melakukan promosi dan iklan agar semakin meningkatkan reputasi merek Samsung dan masyarakat semakin banyak yang mengenal merek Samsung.

b. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Memperluas wilayah penelitian, tidak hanya di sekitar kota Yogyakarta saja tetapi hingga luar kota seperti Kulonprogo dan Gunung Kidul.
2. Menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti promosi dan harga, karena dalam penelitian ini variabel yang digunakan hanya dapat memberikan kontribusi sebesar 51%.
3. Tidak hanya memberikan pernyataan tertutup, tetapi juga memberikan pernyataan terbuka yang diajukan kepada responden agar jawaban yang diberikan responden sesuai dengan keadaan responden sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, dan Kotler. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1: Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Hanifudinm B., & Dwi, H. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen yang Membeli Produk Olahan di Rumah Makan Resto Gama.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi 9. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kottler, Philip, Gary Armstrong. 2003 manajemen pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall. Edii Bahasa Indonesia. Salemba Empat. Jakarta
- Lamb, Cahrles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, 2001, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, Cahrles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, 2001, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, Cahrles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, 2001, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Molan, Benyamin. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. PT. Indeks.