

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG  
(Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)**

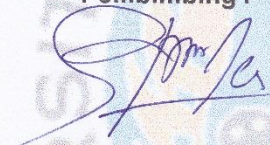
OLEH :

**FADLI MATUTE**

**NIM. 931 414 032**

Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji

Pembimbing I



**Idris Yanto Niode, S.Pd., MM**

**NIP: 19781026200501 1 001**

Pembimbing II



**Zulfia K. Abdussamad, S.E., M.Si**

**NIP: 19790925200501 2 001**

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen :



**Dr. Hais Dama, SE., M.Si**

**NIP. 19730305 200212 1 003**

## ABSTRAK

**Fadli Matute. 931 414 032.** 2018. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan bapak Idris Yanto Niode, S.Pd., MM selaku pembimbing I dan Ibu Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara parsial maupun secara simultan. Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling* sebanyak 95 responden. Pengumpulan data di peroleh dengan cara menyebarkan kuisioner penelitian kepada Pengguna Smartphone Samsung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan Citra Merek dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Hasil R Square sebesar 0,515. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 51,5% variabilitas Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dapat dijelaskan oleh Citra Merek dan Harga, sedangkan sisanya sebesar 48,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel kualitas produk, promosi, lokasi, positioning produk, atribut produk dan inovasi produk

**Kata Kunci:** *Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

**Fadli Matute. 931 414 032. 2018.** *The Effect of Brand Image and Price on Purchasing Decision of Samsung Smartphone (Case Study at Students of Faculty of Economics, State University of Gorontalo as Samsung Smartphone Users)*. Skripsi, Bachelor's Degree in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd., MM, and the co-supervisor is Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si.

The research aimed to investigate the effect of brand image and price on purchasing decision of Samsung smartphone either partially or simultaneously. Research samples were 95 respondents selected through applying non-probability sampling as a technique of its selection. Meanwhile, research data were collected by distributing a questionnaire to Students of Faculty of Economics, State University of Gorontalo as Samsung Smartphone Users. Data analysis applied multiple linear regression.

The finding of research showed that either partially or simultaneously, the Brand Image and Price affected significantly to Purchasing Decision of Samsung Smartphone at Students of Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Result of R Square was 0,515 and it meant that 51,5% variability of Purchasing Decision of Samsung Smartphone at Students of Faculty of Economics, State University of Gorontalo could be explained by Brand Image and Price while other variables could explain the rest 48,5% out of the research such as product quality, promotion, location, product positioning, product attribute, and product innovation.

Keywords: Brand Image, Price, Purchasing Decision

