
ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAMRATULANGI MANADO ANGKATAN 2016)

ANALISY EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TOWARD THE PURCHASE DECISION SAMSUNG PRODUCTS (STUDY ON STUDENTS OF SAM RATULANGI UNIVERSITY IN MANADO IN 2016)

Oleh :
Nofita Sumpu¹
Altje L.Tumbel²

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

¹novitasumpu1@gmail.com
²altjetumbel@yahoo.com

Abstrak : Perkembangan dunia pada saat ini dipenuhi dengan berkembangnya industri telekomunikasi yang menjadi kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Telepon seluler merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Banyak bermunculnya merek-merek baru yang ada di dunia persaingan telepon seluler yang saling untuk menciptakan produk unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016). Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Samsung, baik secara uji t maupun uji f. Saran untuk Produk Samsung agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Citra Merek dan Kualitas produknya sehingga produk tersebut akan lebih banyak diketahui oleh konsumen dan mudah diingat, serta pelayanan dan informasinya kemudian daripada itu adalah keunggulan-keunggulan dari produk tersebut seperti daya tahan dan variasi dari produk tersebut.

Kata Kunci: *citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian*

Abstract : *The development of the world at this time is filled with the development of the telecommunications industry which is an information need that is easily accessible to the public. Cellular phones (cellphones) are one of the fastest growing technologies. Many new brands emerge in the world of competing cellular phones to create superior products. Manufacturers are asked not only to make production but also to understand the desires and needs of consumers. This study aims to determine the effect of the influence of brand image and product quality on the decision to purchase Samsung products (Study on Students of Sam Ratulangi University in Manado in 2016). The analytical method used is Multiple Linear Regression. The results of this study state that Brand Image and Product Quality have a positive and significant effect on Samsung Product Purchasing Decisions, both t test and f test. Suggestions for Samsung Products to maintain and enhance the Brand Image and the quality of the product again so that the product will be more widely known by consumers and easy to remember, and the floaters and the information later than that are the advantages of these products such as durability and variety of products that.*

Keywords: *: brand image, product quality, purchase decision*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia pada saat ini dipenuhi dengan berkembangnya industri telekomunikasi yang menjadi kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Telepon seluler merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Banyak bermunculnya merek-merek baru yang ada di dunia persaingan telepon seluler yang saling untuk menciptakan produk unggulan. Produsen diminta tidak hanya sekedar membuat produksi tetapi juga harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini produsen harus mampu bersaing dengan produsen lain. Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan menurut saya keputusan pembelian terhadap suatu produk merupakan hal yang penting dimana sebelum melakukan transaksi pembelian sebuah produk khususnya yang di bahas dalam penelitian ini adalah produk *smartphone* merek Samsung kita sebagai seorang harus melihat spesifikasi dari produk tersebut baik itu dari kualitas produk atau citra merek dari produk tersebut, sehingga sesudah melakukan pembelian nanti kita tidak akan salah dalam melakukan keputusan pembelian. Objek penelitian ini berpusat pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado khususnya angkatan 2016, dimana rata-rata pengguna *smartphone* bermerek Samsung menurut dengan observasi lapangan yang saya lakukan adalah mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado angkatan 2016.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado
2. pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2013:11), mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah melakukan rangkaian proses untuk menciptakan suatu nilai guna membantu pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Kegiatan pemasaran itu dilakukan melalui serangkaian proses perencanaan, pengarahan, pengendalian, dan penetapan harga, pemetaan distribusi, serta kegiatan promosi

Citra Merk (*Brand Image*)

Menurut Tjiptono (2015:49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*Brand Image*) adalah pengamatan dan kepercayaan konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen. Berdasarkan pengertian citra merek yang dikemukakan para ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa citra merek adalah asosiasi atau kepercayaan yang ada dalam benak konsumen untuk menjadi pembeda dari merek yang lainnya seperti lambang, desain huruf atau warna khusus

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Keputusan Pembelian

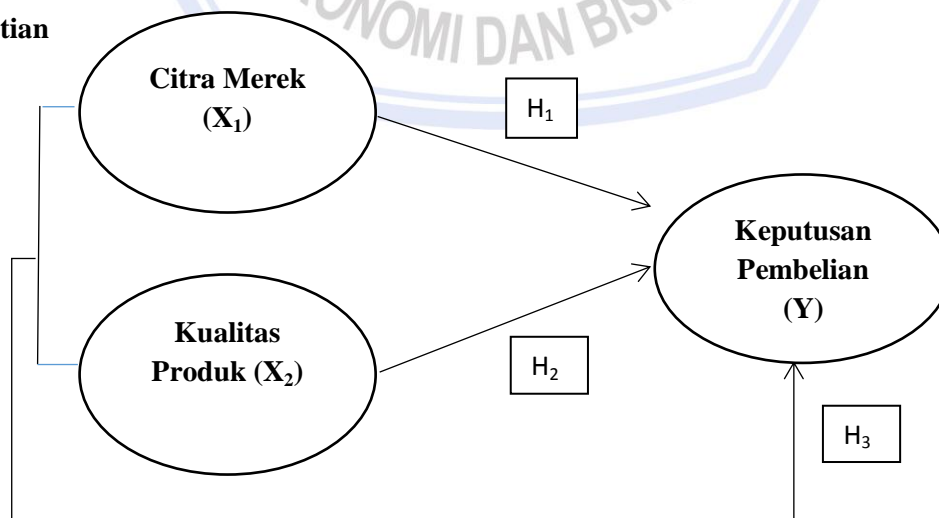
Untuk mendapat gambaran mengenai keputusan membeli, berikut ini akan dikemukakan definisi mengenai keputusan membeli menurut para ahli. Menurut (Schiffman dan Kanuk 2011). keputusan membeli yaitu: beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (*problem recognition*),

penelitian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen.

Penelitian Terdahulu

Yustiawan (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario di MPM Motor Sidoarjo, Teknik analisa data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Hasil Pengujian Menunjukkan Bahwa Variabel Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Secara Bersama-Sama Memiliki Pengaruh Signifikan Dan Positif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Honda Vario Di Mpm Motor Sidoarjo. Penelitian Supriadi (2013) Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Manado, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, merek, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada percetakan Mitra Card di kota Manado, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil Analisis Secara Simultan Menunjukkan Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Penelitian Supriyadi, Fristin, dan Indra (2016) Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 dan X2 baik itu secara parsial ataupun simultan, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Penelitian Akbar, Lubis dan Listyorini (2014) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 dan X2 baik itu secara parsial ataupun simultan, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Penelitian Ratnasari, Seno, dan Listyorini (2014) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Diponegoro Semarang), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 dan X2 baik itu secara parsial ataupun simultan, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Walangitan (2017) Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan di Kopi Box Wanea manado Kopi Box Wanea, merupakan jenis usaha yang menyajikan berbagai jenis kopi bagi pelangganya. Untuk meningkatkan kepuasan dari Pelanggan Kopi Box tentunya diperlukan produk yang berkualitas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Box Wanea Manado. Jenis penelitian yang dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada 100 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado.

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Kajian Teori

Hipotesis Penelitian dan Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

H_1 : Citra Merek (X_1) diduga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_2 : Kualitas Produk (X_2) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_3 : Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) diduga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (2012:112). Penelitian ini mencari hubungan, antara variabel bebas Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2018.

Populasi Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah hanya dibatasi pada seluruh S1 Angkatan 2016 Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado yang berjumlah 4785 Orang Unsrat, 2018. Pada penelitian ini, dikarenakan jumlah mahasiswa/i yang menggunakan smartphone Samsung tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan *Rumus Slovin* untuk populasi yang tidak diketahui.

Data dan Sumber Jenis Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (objek) tidak melalui perantara. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu melalui hasil-hasil penelitian, buku-buku, artikel, dan berbagai publikasi serta instansi terkait yang relevan dengan masalah yang diangkat.

Sumber Data

1. Penelitian perpustakaan (*Library Research*)
Untuk melengkapi data, penulis melakukan penelitian ke perpustakaan yaitu melalui membaca buku-buku yang membahas penelitian ini dan juga mencari beberapa artikel lewat internet yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Penelitian lapangan Observasi
Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.
Angket (daftar pernyataan)
Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pernyataan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden, responden ini terdiri dari pimpinan yang mengisi daftar pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian) dan Responden mengisi daftar pernyataan Variabel X (Citra Merek dan Kualitas Produk).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner pada penelitian ini akan dibagikan kepada jumlah sampel yang telah penulis tentukan yaitu mahasiswa/i di Universitas Sam Ratulangi Manado.

Teknik Analisis

Validitas dan Reliabilitas

Suatu pengujian yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil uji validitas variabel penelitian yang meliputi Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y). Dimana dikatakan valid jika nilai korelasi di atas 0,300.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak saling *ortogonal*.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa diuji menggunakan analisis statistik *Glejser*, yaitu dengan meregres nilai *absolut residual* terhadap variabel independennya. Model regresi dikatakan tidak mengalami heterokedastisitas apabila *sig.* > 0,1. Sedangkan pengambilan keputusan dengan melihat hasil grafik plot antara nilai prediksi Variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID),

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Sig	Alpha	Status
Citra Merek (X_1)	$X_{1,1}$	0,812	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{1,2}$	0,735	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{1,3}$	0,900	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{1,4}$	0,624	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{1,5}$	0,755	0.3610	0,000	0,05	Valid
Kualitas Produk (X_2)	$X_{2,1}$	0,524	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,2}$	0,746	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,3}$	0,608	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,4}$	0,410	0.3610	0,005	0,05	Valid
	$X_{2,5}$	0,807	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,6}$	0,708	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,7}$	0,687	0.3610	0,000	0,05	Valid
	$X_{2,8}$	0,601	0.3610	0,000	0,05	Valid

	X _{2,9}	0,727	0.3610	0,000	0,05	Valid
	Y ₁	0,486	0.3610	0,000	0,05	Valid
	Y ₂	0,810	0.3610	0,000	0,05	Valid
Keputusan	Y ₃	0,842	0.3610	0,000	0,05	Valid
Pembelian	Y ₄	0,593	0.3610	0,000	0,05	Valid
(Y)	Y ₅	0,762	0.3610	0,000	0,05	Valid
	Y ₆	0,675	0.3610	0,000	0,05	Valid
	Y ₇	0,665	0.3610	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22 2018

Tabel 2. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 s/d 0,80	Reliabel
> 0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22 2018

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Merek (X ₁)	0,869	Sangat Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,833	Sangat Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,874	Sangat Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 22, maka dapat diketahui bahwa variabel yang digunakan peneliti adalah *reliable*, hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach's* dari masing-masing variabel bebas memiliki nilai rata-rata yang reliabel yakni di atas 0,80. Jadi dapat dikatakan seluruh variabel valid dan reliabel sehingga dapat diterima dan digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

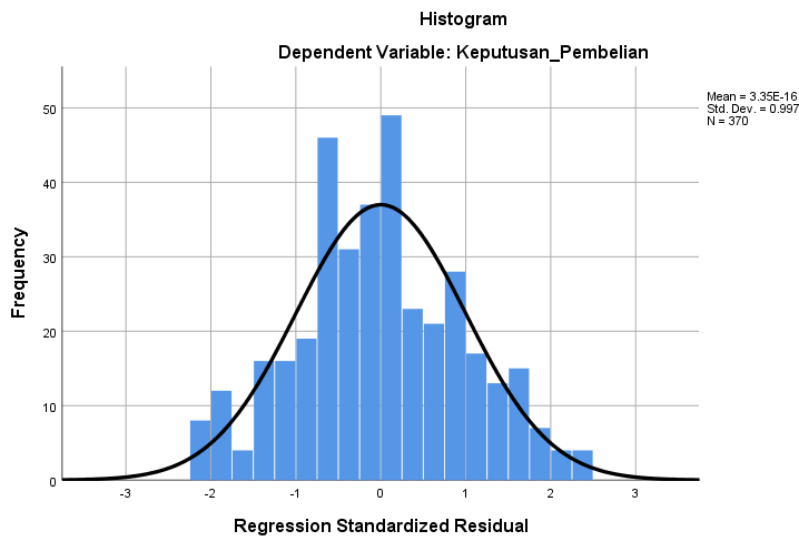
Uji Asumsi lasik

Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS version 22 dan hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan melalui melalui pendekatan grafik (*histogram dan P-Plot*).

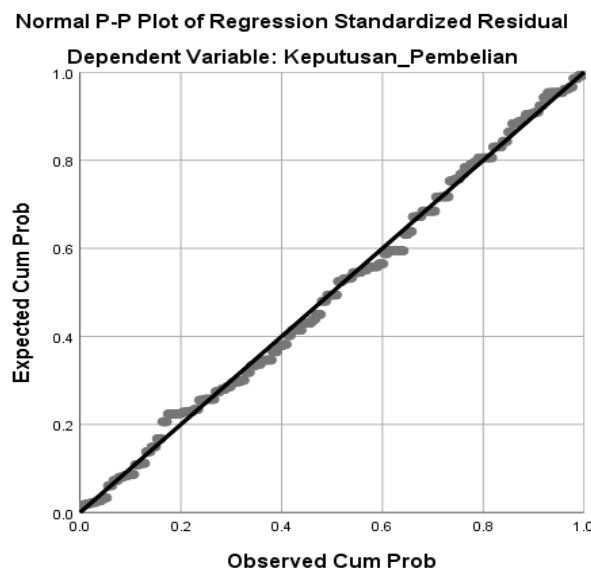
Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (*histogram dan P-Plot*) hasilnya sebagai berikut :



Gambar 2. Histogram Regression

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22 2018

kurva normal pada histogram, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng. Cara lainnya yaitu dengan melihat diagram *Normal P-Plot Regression Standardized*, untuk melihat apakah model berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini:



Gambar 3 Normal P-Plot Regression Standardized Residual

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22 2018

Data pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik disekitar garis linier menunjukkan bahwa model terdistribusi normal.

Pembahasan

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis serta hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh

terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (studi pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2016

Hasil ini juga menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variabel Citra Merek dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang cukup kuat, artinya Citra Merek, Kualitas Produk dan variabel Keputusan Pembelian memiliki keterkaitan yang kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Keputusan Pembelian secara signifikan

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian dari Akbar (2014), yang dalam hasil penelitian menyatakan bahwa Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang di uraikan dalam sebelumnya ditemukan bahwa variabel Citra Merek dalam penelitian ini memiliki tidak pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung Studi pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2016.

Citra Merek yang baik dari produk tentunya Keputusan Pembelian. Hal ini terjadi karena, pada dasarnya, konsumen membutuhkan pelayanan dan informasi yang baik dan jelas. Citra Merek yang jelas pastinya akan meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap produk Samsung. Citra Merek yang baik juga membuat konsumen dapat membedakan produk Samsung dengan produk-produk yang lain.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat di artikan adanya hubungan yang signifikan dari Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dimana Kualitas Produk merupakan faktor pendukung penting yang dibutuhkan sebuah produk dalam bersaing dengan produk-produk lainnya dimana Kualitas Produk menunjukkan bahwa produk tersebut mudah digunakan, memiliki desain dan variasi yang baik, daya tahan, serta pelayanan service yang baik. Dimana ketika sebuah produk memiliki kualitas yang baik tentunya akan meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap produk tersebut. Penelitian ini pun di kuatkan dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akbar (2014), yang dalam hasil penelitian menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan regresi linier berganda serta uji asumsi klasik maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Citra Merek tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016).
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016).
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016).

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai masukan:

1. Untuk Produk Samsung agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Citra Merek dan Kualitas produknya lagi sehingga produk tersebut akan lebih banyak diketahui oleh konsumen dan mudah di ingat, serta pelayanan dan informasinya kemudian daripada itu adalah keunggulan-keunggulan dari produk tersebut seperti daya tahan dan variasi dari produk tersebut.
2. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya supaya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. D., Lubis, N., dan Listyorini, S. 2014 Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 16/03/2018
- Kotler, dan Keller 2013 *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong 2012 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Profil Universitas Sam Ratulangi Manado. <Http://Unsrat.ac.id>
- Ratnasari, M. D., Seno, A. H., dan Listyorini, S. 2014 Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-6 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 16/03/2018
- Sari, R. D. S., Suryoko, S., dan Dewi, R. S. 2013 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pakuwon Asri Resident Kaliwungu, Kendal. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 2, No. 2, Halaman. 1-9. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 16/03/2018.
- Schiffman, L. G, dan Kanuk, L. L 2011 *Consumer Behavior*. Edisi Ke 5. Prentice-Hall Inc, New Jersey
- Sugiyono 2012 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Supriadi, V. 2013 Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4, Hal. 831-840. <Http://ejournal.unsrat.ac.id//>. Diakses tanggal : 16/03/2018
- Tjiptono. F 2015 *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- _____ 2012 *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Sunyoto 2012 *Manajemen Pemasaran* .Edisi Ke 2. Jakarta: Erlangga
- Supriyadi., Fristin, Y.dan Indra, G. K. N. 2016 Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.3 No.1. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 16/03/2018
- Wahyudi, A. 2017 Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. *Artikel Teknologi*.<https://databoks.katadata.co.id/datablog/2017/01/24/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia>. Diakses tanggal: 7/02/2018.
- Walangitan, M.D. 2017. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi* Vol.4 No.3.November 2017, Hal162-167. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 06/10/2018
- Wicaksono, A. R., Hermani, A., dan Farida, N. 2016 Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dslr Canon Di Kota Semarang. *Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 16/03/2018
- Wijaya. S (2011) *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Yustiawan, O. 2016 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vari. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 5, No.2, ISSN: 2461-059. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 16/03/2018

