

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK APPLE IPHONE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
(UNJ)**

Mivta Satria Fernanda

1702517032

**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGES ON THE DECISION
OF PURCHASES OF APPLE IPHONE PRODUCTS IN
FACULTY OF ECONOMIC STUDENTS OF STATE
UNIVERSITY JAKARTA (UNJ)**

Mivta Satria Fernanda

1702517032



**This scientific work was written to fulfill one of the requirements to get an
Associate Degree at the Jakarta State University Economic Faculty**

DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY

PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

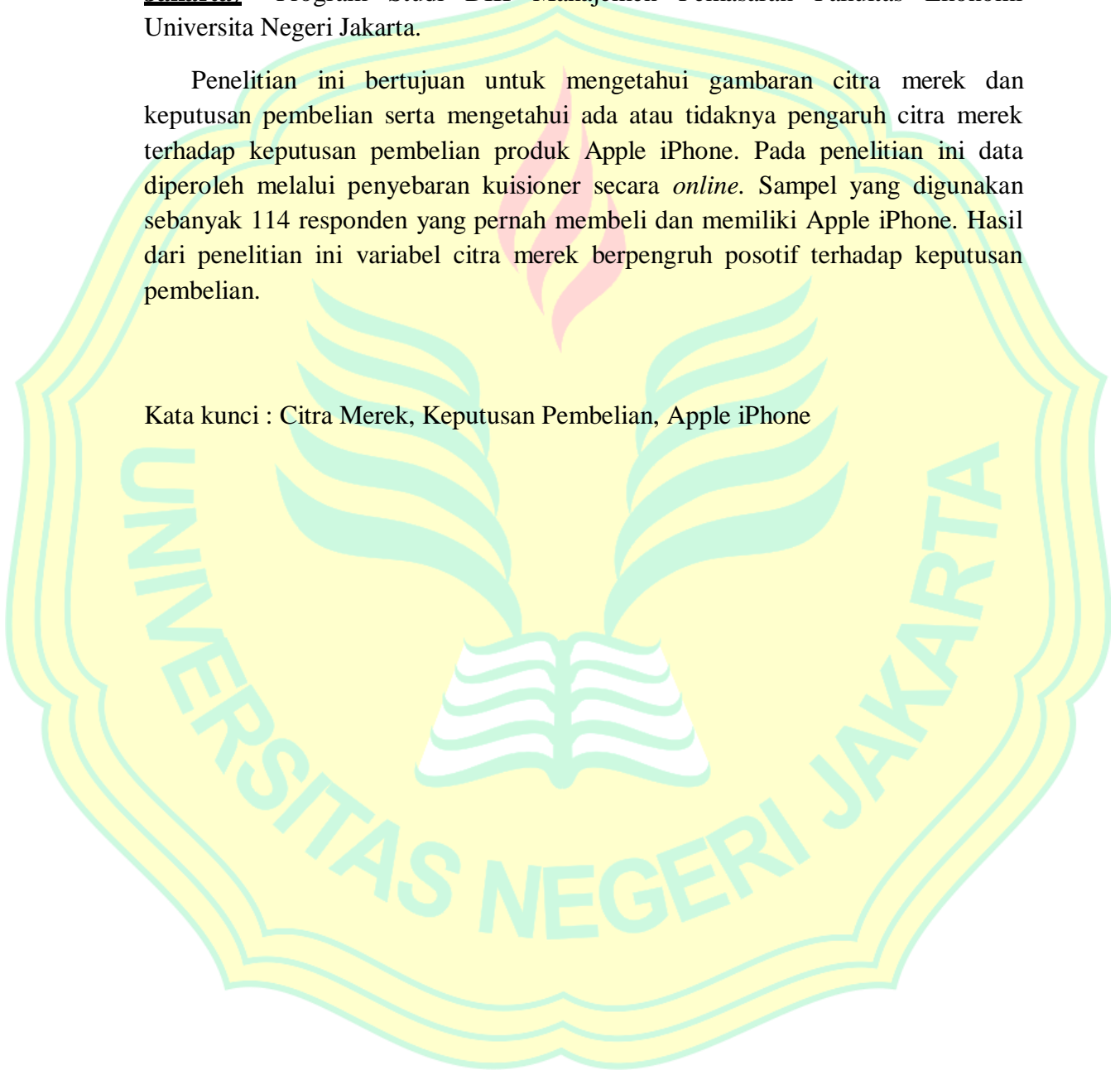
2020

ABSTRAK

Mivta Satria Fernanda. 2020. 1702517032. Judul Karya Ilmiah “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple iPhone (Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)” Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran citra merek dan keputusan pembelian serta mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Apple iPhone. Pada penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran kuisioner secara *online*. Sampel yang digunakan sebanyak 114 responden yang pernah membeli dan memiliki Apple iPhone. Hasil dari penelitian ini variabel citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian, Apple iPhone



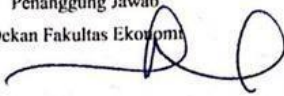


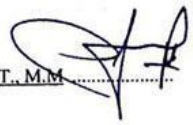
ABSTRAC

Mivta Satria Fernanda, 2020, 1702517032, Title of Scientific Work "The Effect of Brand Image on Purchasing Decisions of Apple iPhone Products (Case Study on Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University)" DIII Study Program of Marketing Management at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This study aims to determine the image of the brand image and purchasing decisions as well as determine the presence or absence of brand image influence on purchasing decisions for Apple iPhone products. In this study data were obtained through distributing questionnaires online. The sample used was as many 114 respondents who had bought and owned an Apple iPhone. The results of this study brand image variables have positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Purchase Decision, Apple iPhone

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Dr. Ari Saptono, SE., M.P.P. NIP. 197207152001121001			
No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Ketua Penguji)		20-8-2020
2.	<u>Shandy Aditya, BIB MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Penguji Ahli)		19 Agustus 2020
3.	<u>Agung Kresnamurti Rivai, P.S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Dosen Pembimbing)		29 Agustus 2020
Nama : Mivta Satria Fernanda No. Registrasi : 1702517032 Program Studi: DIII Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus: 10 Agustus 2020			

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,


Mivta Satria Fernanda
NIM. 1702517032

 Dipindai dengan CamScanner

PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mivta Satria Fernanda
NIM : 1702517042
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2020

Yang menandatangani
METERAI
TEMPEL
678610017332768877
6000
Mivta Satria Fernanda
NIM 1702517032

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti curahkan atas kehadiran Allah SWT karna berkat dan rahmatnya Penliti mampu menyelesaikan Tugas akhir/Karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple iPhone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”** Tepat pada waktunya. Tugas Karya Ilmiah ini merupakan syarat dan kewajiban yang harus dilakukan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Rasanya sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan Karya ilmiah ini tanpa bantuan dari Orang tua peneliti, Dosen, dan rekan-rekan peneliti yang sudah membantu peneliti untuk menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semuanya terkhusus :

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
3. Agung Kresnamurti Rivai. P, ST, M.M, selaku dosen pembimbing tugas Karya ilmiah ini yang telah membantu mengarahkan, memberi masukan dan tentunya meluangkan waktu untuk peneliti
4. Seluruh dosen DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan

5. Seluruh kerabat dan teman peneliti DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2017 terutama Khalisa Widya Agustin yang ikut membantu peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti tentunya menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari kata sempurna dan begitu banyak kekurangan, baik dalam secara materi ataupun secara penyajian karena keterbatasan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu peneliti berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca karya ilmiah ini.

Jakarta. 28 Maret 2020

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAC	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODELOGI PENELITIAN	7
A. Kajian Teoritis	7
B. Kerangka Berpikir.....	18
C. Metode Penelitian.....	20
BAB III PEMBAHASAN	30
A. Analisis Data.....	30
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel II.2	Operasionalisasi Variabel	22
Tabel II.3	Contoh Skala <i>Likert</i>	24
Tabel III.1	Jenis Kelamin Responden	31
Tabel III.2	Program Studi Responden	32
Tabel III.3	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X)	33
Tabel III.4	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel III.5	Hasil Uji Validitas	44
Tabel III.6	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel III.7	<i>One Sampe Kolmogorov-Smirnov Test</i>	46
Tabel III.8	Tabel ANOVA	47
Tabel III.9	Tabel <i>Coefficient</i>	48
Tabel III.10	Model <i>Summary</i>	49

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar I.1	Grafik Penggunaan Smartphone Tahun 2016-2019	2
Gambar I.2	Grafik Pangsa Pasar Handphone di Tiongkok	3
Gambar I.3	Angka Penjualan Beberapa Merek Handphone	4
Gambar II.1	Kerangka Berpikir	19
Gambar III.1	Uji Normalitas	46