

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* IPHONE BAGI MAHASISWA
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

RIZKY ADITYA PUTRA

8215154931



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***STUDY OF THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND
BRAND IMAGE TOWARDS PURCHASE INTENTION OF
IPHONE SMARTPHONE FOR MANAGEMENT STUNDENT IN
FACULTY OF ECONOMY OF JAKARTA STATE UNIVERSITY***

RIZKY ADITYA PUTRA

8215154931



***This Research is Conducted as One of The Requirement for Bachelor Degree in
Economics for Faculty of Economics in State Jakarta University***

***STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Rizky Aditya Putra, 2020; Analisis Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap minat beli *Smartphone* iPhone Bagi Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani M.Si & Rahmi, SE M.S.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kesadaran Merek terhadap minat beli, Citra Merek terhadap minat beli Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang memiliki dan menggunakan *smartphone* dengan merek selain iPhone yang berkuliah di prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Analisis data menggunakan SPSS versi 22, untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian dari hipotesis menunjukkan: 1) Kesadaran Merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, 2) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, citra merek, minat beli, *smartphone*.

ABSTRACT

Rizky Aditya Putra, 2020; Study of The Effect of Brand Awareness and Brand Image Towards Purchase Intention of iPhone Smartphoone For Management Student in Faculty of Economics of Jakarta State University. Thesis, Jakarta: S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, Advisory: Dra. Basrah Saidani M.Si & Rahmi, SE., M.S.M

The purpose of this study was to analyze the effect of Brand Awareness on Purchase Intention, Brand Image on Purchase Intention. Method of collecting data uses a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The objects of this study were 200 respondents who owned and used smartphones with brands other than iPhones, who were studying at the Management Study Program at the Faculty of Economics, State University of Jakarta. Data analysis uses SPSS version 22. to process and analyze research data. Hypothesis testing results indicates: 1) Brand Awareness has a significant effect on Purchase Intention, 2) Brand Image has a significant effect on purchase intention.

Keywords: Brand awareness, brand image, purchase intention, smartphone

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd
NIP. 19720715 200112 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M.</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Ketua		<u>18-02-2020</u>
2. <u>Ika Febrilia, SE., M.M.</u> NIP. 19870209 201504 2 001	Sekretaris		<u>24-02-2020</u>
3. <u>Setvo Ferry Wibowo, SE., M.Si.</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Penguji Ahli		<u>23-02-2020</u>
4. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing I		<u>28-02-2020</u>
5. <u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIP. 19830501 201803 2 001	Pembimbing II		<u>28-02-2020</u>

Tanggal Lulus: 10 Februari 2020

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKY ADITYA PUTRA
NIM : 0215154931
Fakultas/Prodi : FAKULTAS EKONOMI / SI MANAJEMEN
Alamat email : RIZKYADITYAPUTRA@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
ANALISIS PENGARUH KESADARAN MERK DAN CIPTA MERK
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE IPHONE BAGI MAHASISWA
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA


Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Maret 2020

Penulis


(Rizky Aditya Putra)
nama dan tanda tangan

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi 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 ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya telah peroleh, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 2 Maret 2020

Yang membuat pernyataan



Rizky Aditya Putra

8215154931

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT beserta junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW karena atas berkat dan rahmat yang dilimpahkan sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kesadaran merek dan Citra merek Terhadap Minat beli *Smartphone* iPhone Bagi Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Jakarta”.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari orang-orang yang mendukung peneliti tanpa henti. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang dengan sabar memberikan masukan, nasihat, dan motivasi terhadap peneliti selama menyusun skripsi.
2. Rahmi, S.E, M.S.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang banyak memberikan koreksi dan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
3. Dr. Suherman, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu penulis, Eny Nurjanah yang selalu memberikan dorongan moril dan materil kepada peneliti agar tidak mudah menyerah selama proses menyusun skripsi.

6. Ayah penulis, Zafrullah Khan yang menginspirasi peneliti untuk selalu berjuang dalam menyelesaikan skripsi. Kiranya atas perjuangan beliau dalam menafkahi dan mendidik penulis secara langsung membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman – teman seperjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi antara lain Muhammad Denaldy, Wisnu Noviandi, M. Arief Rivandy, Anna Lorie, segenap teman-teman kelas Manajemen C, Rekan – rekan Karang Taruna RW 012 Masnaga Bintara Jaya dan teman-teman lain yang penulis tidak bisa sebutkan semuanya satu persatu, yang senantiasa mengingatkan dan memberi semangat kepada penulis.

Penulis berharap, skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menginspirasi peneliti lainnya, serta dapat menambah sumber literasi bagi Universitas Negeri Jakarta. Atas kekurangan pada penulisan skripsi ini, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran untuk memperbaiki dan menyempurnakan tulisan yang penulis buat.

Jakarta, 31 Januari 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	ix
Abstrak	iii
<i>Abstract</i>	iiiv
Lembar Pengesahan	xiii
Lembar Persetujuan Publikasi	xiii
Lembar Orisinalitas	xiii
Motto dan Persembahan	xiii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II Kajian Teoritik	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Kesadaran merek	10
2.1.2 Citra merek	11
2.1.3 Minat beli.....	13
2.2 Hasil Penelitian Relevan	13
2.3. Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Perumusan Hipotesis	25
BAB III Metodologi Penelitian	26
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	26
3.1.1 Objek Penelitian	26
3.1.2 Waktu Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	28
3.5. Operasionalisasi Variabel	29
3.5.1. Pengukuran Variabel	30
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Uji Instrumen	31
3.6.2. Uji Deskriptif	34
3.6.3. Uji Asumsi Dasar & Klasik	34
3.6.4. Uji Hipotesis	38
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	39
4.2 Analisis Deskriptif	40
4.2.1 Variabel Kesadaran Merek.....	41

4.2.2 Variabel Citra Merek	43
4.2.3 Variabel Minat Beli	45
4.3 Uji Instrumen	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Uji Asumsi Dasar	49
4.4.1 Uji Normalitas	49
4.4.2 Uji Linearitas	50
4.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.5.1 Uji Multikolinearitas	52
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	53
4.6 Uji Hipotesis	54
4.6.1 Uji f & Koefisien Determinasi	54
4.6.2 Uji t	56
4.7 Uji Hipotesis	58
BAB V Kesimpulan dan Saran	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2.1 Kesadaran Merek (X1).....	61
5.2.2 Citra Merek (X2)	62
5.2 Saran	62
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	63
5.2.2 Saran untuk penelitiannya selanjutnya	64
Daftar Pustaka	65
Lampiran	68

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
I.1	Hasil Wawancara <i>Sampling</i> Pengguna <i>Smartphone</i> Selain iPhone di Jurusan Manajemen FE UNJ	5
II.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
III.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	29
IV.1	Jenis Kelamin Responden	39
IV.2	Pendapatan Perbulan dan Merek <i>Smartphone</i> Responden	40
IV.3	Nilai Analisis Deskriptif Kesadaran Merek (X1)	41
IV.4	Nilai Analisis Deskriptif Citra Merek (X2)	43
IV.5	Nilai Analisis Deskriptif Minat Beli (X2)	45
IV.6	Hasil Uji Validitas	46
IV.7	Hasil Uji Reliabilitas	48
IV.8	Hasil Uji Normalitas	49
IV.9	Hasil Uji Linearitas Minat Beli atas Kesadaran Merek	50
IV.10	Hasil Uji Linearitas Minat Beli atas Citra Merek	51
IV.11	Hasil Uji Multikolinearitas	52
IV.12	Hasil Uji Heterokedastisitas	54
IV.13	Hasil Uji F	55
IV.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	56
IV.15	Hasil Uji t	57
IV.16	Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Grafik <i>Smartphone Market Share</i>	3
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	24



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1.	Angket Kuisisioner Penelitian	68

