



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, IKLAN, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta)**

SKRIPSI

AHMAD AGUNG WIBISONO 1410111099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, IKLAN, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

AHMAD AGUNG WIBISONO 1410111099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ahmad Agung Wibisono

NIM. : 1410111099

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ahmad Agung Wibisono

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Agung Wibisono
NIM. : 1410111099
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Sarjana Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Dan Brand Image
Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn Veteran Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ahmad Agung Wibisono

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, IKLAN, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Pada Mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta)

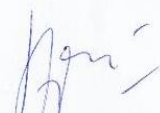
Dipersiapkan dan disusun oleh:

AHMAD AGUNG WIBISONO 1410111099

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 07 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., M.Si
Ketua Penguji



Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M
Penguji I



Yulinia, SE, M.M
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Juhaedah, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 07 Januari 2019

***The Effect Of Price Perception, Advertisement and Brand image On
Purchase Intention Samsung Smartphone Product
(Studies on FEB Students UPN Veteran Jakarta)***

By Ahmad Agung Wibisono

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of price perception, advertisement and brand image on purchase intention samsung smartphone product. The population in this study was the students of economic and business faculties of UPN veteran Jakarta. The sample size was taken 80 respondents, with nonprobability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) price perception has a significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,014. (2) advertisement has no effect significant on purchase intention with coefficient value of 0,107. (3) brand image has a significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,000.

Keywords: *Price Perception, Advertisement, Brand image, and Purchase Intention.*

**Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, dan *Brand image*
Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung
(Studi Pada Mahasiswa FEB Upn Veteran Jakarta)**

Oleh Ahmad Agung Wibisono

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, iklan dan *brand image* terhadap minat beli pada produk smartphone samsung. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UPN veteran Jakarta. Ukuran sampel diambil sebanyak 80 responden, dengan metode nonprobability sampling, khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli dengan nilai koefisien 0,014. (2) iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0,107. (3) citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0,000.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Iklan, *Brand image*, dan Minat Beli



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Senin, tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : AHMAD AGUNG WIBISONO

No.Pokok Mahasiswa : 1410111099

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Persepsi Harga, Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~*Tidak Lulus*~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. ALFATIH S. MANGGABARANI, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2018 dengan Judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, dan Brand image Terhadap Produk Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta)”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku Dekan FEB, Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada Ibu Yuliniar, S.E., M.M dan Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si, CHRP selaku Dosen Pembimbing yang mau meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh staff dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama penelitian.

Di samping itu, tak lupa ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Allah SWT, kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan penulis semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar skripsi ini berhasil untuk diselesaikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Keluarga Besar Kedok, Keluarga Besar Revild dan sahabat-sahabat terdekat yang telah berjasa dalam penelitian ini, serta teman-teman seperjuangan S1 Manajemen 2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Jakarta, 07 Januari 2019

Ahmad Agung Wibisono

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN	
 HIPOTESIS	9
2.I Landasan Teori	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Minat Beli.....	9
2.1.3.1 Definisi Minat Beli.....	9
2.1.3.2 Indikator Minat Beli	10
2.1.4 Persepsi Konsumen	11
2.1.4.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	11
2.1.5 Persepsi Harga	12
2.1.5.1 Pengertian Harga	12
2.1.5.2 Pengertian Persepsi Harga.....	13
2.1.5.3 Strategi Penetapan Harga	13
2.1.5.4 Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.5.5 Indikator Persepsi Harga	15
2.1.6 Promosi.....	15
2.1.7 Iklan.....	16
2.1.7.1 Definisi Iklan.....	16
2.1.7.2 Jenis Iklan.....	17
2.1.7.3 Tujuan Iklan	17
2.1.7.4 Manfaat Iklan	18
2.1.7.5 Elemen-Elemen Iklan.....	18
2.1.7.6 Syarat Iklan Yang Baik	19
2.1.7.7 Daya Tarik Iklan.....	19
2.1.8 Merek	21

2.1.8.1	Definisi Merek.....	21
2.1.8.2	Definisi <i>Brand image</i>	21
2.1.8.3	Komponen <i>Brand image</i>	22
2.1.8.4	Manfaat <i>Brand image</i>	22
2.1.8.5	Indikator <i>Brand image</i>	24
2.2	Kerangka Penelitian	24
2.3	Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat beli	25
2.3.2	Hubungan Iklan terhadap Minat Beli	26
2.3.3	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1	Definisi Operasional.....	27
3.1.2	Pengukuran Variabel	28
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sample	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1	Jenis Data	29
3.3.2	Sumber Data	30
3.3.3	Pengumpulan Data	30
3.4	Analisis Data	31
3.4.1	Teknik Analisis Data	31
3.4.1.1	Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	32
3.4.1.2	Langkah-Langkah PLS.....	32
3.4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	33
3.4.3	Uji Hipotesis.....	34
3.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	34
3.4.4	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	34
3.5	Kerangka Model Penelitian	34
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
4.1.1	Sejarah Samsung	36
4.2	Deskripsi Data	37
4.2.1	Deskripsi Data Responden	37
4.3	Uji Analisis dan UjiHipotesis.....	38
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	39
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	41
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	42
4.3.1.3	Uji Reliabilitas.....	43
4.3.2	Model Structural (InnerModel)	44
4.3.2.1	R Square	45
4.3.2.2	Q Square	45
4.3.2.3	Uji t-Statistik	46
4.4	Pembahasan.....	48
4.4.1	Pengaruh Persepsi Harga Dengan Minat Beli	48

4.4.2	Pengaruh Iklan Dengan Minat Beli	48
4.4.3	Pengaruh <i>Brand image</i> Dengan Minat Beli	49
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Simpulan.....	50
5.2	Keterbatasan Penelitian	51
5.3	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....		53
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Penjualan Smartphone Tahun 2015-2017.....	4
Tabel 2. Daftar penjualan smartphone di Indonesia yang dirilis oleh IDC.....	5
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 4. Skala Likert.....	31
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	31
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	33
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	37
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Usia	38
Tabel 9. Outer Loading Factor	41
Tabel 10. Outer Loading Factor	42
Tabel 11. Average Variance Extracted (AVE)	43
Tabel 12. Composite Reliability	43
Tabel 13. Cronbach's Alpha	44
Tabel 14. Nilai R Square dan R Square Adjusted.....	45
Tabel 15. Hasil Uji t-Statistik.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Smartphone di Indonesia	2
Gambar 2. Smartphone terlaris di dunia pada Juli 2017	3
Gambar 3. Kerangka Penelitian	25
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	33
Gambar 5. Model Penelitian	35
Gambar 6. Gambar Outer Model	39
Gambar 7. Hasil Outer Model Setelah Estimasi Kembali.....	40
Gambar 8. Inner Model	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Penelitian
Lampiran 2	Matriks Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Data Kuesioner 80 Responden
Lampiran 5	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS
Lampiran 7	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS Estimasi Kembali
Lampiran 8	Hasil Output Inner Model PLS
Lampiran 9	Hasil <i>Output Model</i> PLS
Lampiran 10	R Tabel dan T Tabel