



**PENGARUH CITRA MEREK , IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO  
( DI CINERE MALL)**

**SKRIPSI**

**FEBRIANSYAH**

**1310111056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2018**



**PENGARUH CITRA MERK, IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO  
(DI CINERE MALL)**

**SKRIPSI**

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

**FEBRIANSYAH**

**1310111056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Febriansyah

NIM. : 1310111056

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

Jakarta, 7 Juni 2018



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Febriansyah  
NIM. : 1310111056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 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:

**Minat Beli *Smartphone* OPPO Pada Cinere Mall**

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 : 7 Juni 2018

Yang Menyatakan,

  
Febriansyah

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* OPPO  
( DI CINERE MALL)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**FEBRIANSYAH  
1310111056**

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal: 12 Juli 2018  
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Diana Tri Wardhani, SE, M.M.  
Ketua Penguji

Jenit Gunaedi Argo, S.E., M.M.  
Penguji I

Drs. Pandapotan Simarmata, M.M.  
Penguji II (Pembimbing I)



Drs. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.  
Dekan

Wahyudi, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 12 Juli 2018

# MINAT BELI PADA CINERE MALL

Oleh

**Febriansyah**

## Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, iklan dan harga terhadap minat beli *smartphone* oppo. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ingin membeli *smartphone* oppo dan yang memiliki *smartphone* oppo pembelian pada Cinere Mall. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien 0,265. (2) Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien 0,265. (3) Harga secara langsung juga memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,404.

Kata Kunci: Citra Merek, Iklan, Harga, dan Minat Beli.

# ***BUYING INTEREST ON CINERE MALL***

**By**

**Febriansyah**

## ***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of advertising, advertising and prices to buy oppo smartphones. The population in this study is people who want to buy a smartphone and people who have a smartphone to buy in Cinere Mall. The sample size was 60 respondents, with non probability sampling method beside purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) image is not significant to the interest in buying with the coefficient value of 0.265. (2) Advertisement has no significant effect to Buy interest with coefficient value 0,265. (3) Prices are direct and also significant against.*

**Keywords:** Advertisement, Brand Image, Price, and Buying Interest.





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS 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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Kamis , tanggal 28 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : FEBRIYANSYAH

No.Pokok Mahasiswa : 1310111056

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Smartphon Oppo di Cinere Mall**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \*)*

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	
3	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Anggota II **)	

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga tugas akhir skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini dan yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2018 ini adalah “ **Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone* OPPO** ”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M selaku Ka.Prodi S1 Manajemen, Bapak P. Simarmata S.E., MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Pusporini., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian ini.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Hendrik Faisal dan Ibu Heny suhaeni selaku kedua orang tua tercinta, Febriyani, Rexford dan Arizal selaku kakak dan adik tercinta, Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para sahabat dan orang terdekat penulis Widya, Suryadi, Ekki, Umam, Yusuf, Risky, Sunny, Ucil. Deas serta teman-teman Manajemen 2013 yang selalu memberikan keceriaan ketika penulis merasa lelah dalam mengerjakan penelitian ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 7 Juni 2018

Febriansyah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1      Latar Belakang .....	1
I.2      Rumusan Masalah .....	5
I.3      Tujuan Penelitian.....	6
I.4      Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
II.2.1    Pengertian Pemasaran .....	7
II.2.2    Minat Beli.....	7
II.2.2.1    Pengertian Minat Beli.....	7
II.2.2.2    Faktor Minat Beli .....	9
II.2.2.3    Indikator Minat Beli .....	9
II.2.3    Merek .....	10
II.2.3.1    Pengertian Merek .....	10
II.2.3.2    Elemen Merek .....	10
II.2.3.3    Manfaat Merek .....	10
II.2.3.4    Cara Membangun Merek yang kuat .....	11
II.2.3.5    Citra Merek .....	12
II.2.3.6    Indikator Citra Merek.....	12
II.2.4    Iklan.....	13
II.2.4.1    Definisi Iklan.....	13
II.2.4.2    Tujuan Iklan .....	13
II.2.4.3    Manfaat Iklan .....	13
II.2.4.4    Elemen-Elementer Iklan.....	14
II.2.4.5    Daya Tarik Iklan.....	14
II.2.5    Harga (Price) .....	15
II.2.5.1    Pengertian Price/Harga.....	15
II.2.5.2    Penetapan Harga.....	16
II.2.5.3    Tujuan Penetapan Harga .....	17
II.2.5.4    Metode Penetapan Harga .....	17
II.2.5.5    Indikator Harga .....	18
II.3      Kerangka Pemikiran .....	19

II.4	Pengembangan Hipotesis .....	19
II.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	20
II.4.2	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli .....	20
II.4.3	Harga Terhadap Minat Beli .....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
III.1	Definisi operasional dan Pengukuran Variabel .....	21
III.1.1	Definisi Operasional .....	21
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	22
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	22
III.2.1	Populasi .....	22
III.2.2	Sampel .....	22
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	23
III.3.1	Jenis Data .....	23
III.3.2	Sumber Data .....	23
III.3.3	Pengumpulan Data .....	23
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	25
III.4.1	Teknik Analisa Data .....	25
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reabilitas .....	25
III.4.1.2	Partial Least Square (PLS) .....	25
III.4.1.3	Cara Kerja PLS .....	26
III.4.2	Uji Hipotesis .....	26
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T) .....	26
III.4.2.2	Koefesien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	27
III.5	Kerangka Model Penelitian .....	27
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
IV.1	Hasil Penelitian .....	29
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	29
IV.2	Deskripsi Data .....	30
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	30
IV.2.2	Deskripsi hasil Penelitian .....	31
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	34
IV.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas PLS .....	34
IV.3.1.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	34
IV.3.1.2	Uji Validitas Konvergen .....	36
IV.3.1.3	Uji Validitas Diskriminan .....	36
IV.3.1.4	Uji Reliabilitas .....	38
IV.3.2	Model Struktural (Inner Model) .....	39
IV.3.2.1	R-Square .....	39
IV.3.2.2	Q-Square .....	39
IV.3.2.4	Uji t-Statistik .....	40
IV.4	Pembahasan .....	41
IV.4.1	Hubungan Citra Merek Dengan Minat beli .....	41
IV.4.2	Hubungan Harga Dengan Minat Beli .....	42
IV.4.3	Hubungan Iklan Dengan Minat Beli .....	42
IV.5	Keterbatasan Penelitian .....	43

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
V.1	Simpulan.....	44
V.2	Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>46</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Market Share Smartphone 2015-2017.....	3
Tabel 2.	Top brand index smartphone 2015-2017 .....	3
Tabel 3.	Pengukuran Variabel .....	22
Tabel 4.	Skala Likert .....	24
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	24
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	25
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	30
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	30
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	31
Tabel 10.	Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian .....	32
Tabel 11.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 1 – 6 Citra Merek .....	32
Tabel 12.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 7 – 12 Iklan.....	33
Tabel 13.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 13 – 18 Harga .....	33
Tabel 14.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 19 – 24 Minat Beli.....	34
Tabel 15.	Outer Loading Factor .....	36
Tabel 16.	Fornell-Lacker Criterium .....	37
Tabel 17.	Average Variance Extracted (AVE).....	37
Tabel 18.	Composite Reliability.....	38
Tabel 19.	Cronbach’s Alpha.....	38
Table 20.	Nilai R Square .....	39
Tabel 21.	Hasil Uji t Citra merek, Harga, & Iklan .....	40
Tabel 22.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 1 – 6 Citra Merek .....	42
Tabel 23.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 7 – 12 Iklan.....	42
Tabel 24.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 13 – 18 Harga .....	42
Tabel 25.	Jumlah Bobot Butir Kuesioner 19 – 24 Minat Beli.....	43
Tabel 26.	<i>Outer Loading Factor</i> .....	45
Tabel 27.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	46
Tabel 28.	<i>Composite Reliability</i> .....	46
Tabel 29.	<i>Cronbach’s Alpha</i> .....	46
Table 30.	<i>Nilai R Square</i> .....	46
Tabel 31.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	47
Tabel 32.	Hasil Uji t Citra merek, Harga, & Iklan .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Perilaku .....	8
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3. Langkah-langkah Analisis PLS .....	26
Gambar 4. Kerangka Model Penilitia .....	28
Gambar 5. Gambar Outer Model .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuisisioner 60 Responden
- Lampiran 5 Hasil Output Spss 23
- Lampiran 6 Hasil Output SmartPLs 3.0
- Lampiran 7 Hasil Output SmartPLs 3.0
- Lampiran 8 T tabel
- Lampiran 9 Surat Riset