



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA TERHADAP MINAT
BELI LAPTOP ACER**

SKRIPSI

TIWI ANTOTI

1410111013

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



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA TERHADAP MINAT
BELI LAPTOP ACER**

SKRIPSI

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

TIWI ANTOTI

1410111013

**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 : Tiwi Antoti

NIM. : 1410111013

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

Jakarta, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan



Tiwi Antoti

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Tiwi Antoti
NIM. : 1410111013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Citra Merek, Harga Terhadap Minat Beli Laptop Acer

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 : 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Tiwi Antoti

SKRIPSI


**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA TERHADAP MINAT
BELI LAPTOP ACER**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TIWI ANTOTI

1410111013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 29 Juni 2018
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. Heni Nastiti, M.M.
Penguji I



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Juni 2018

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE TO BUY INTEREST OF ACER LAPTOPS

By

Tiwi Antoti

Abstract

This research is quantitative which aims to know the influence of brand image, price to buying interest. Brand image with company credibility indicators, corporate network, social status, lifestyle, product packaging, product benefits, product guarantee. Prices with product quality indicators, and price compliance with product benefits, discounts and promotional pricing. Buy Interest with an intensity indicator of information searches about a product, a desire to immediately purchase / own a product and preferences that particular product is what is wanted, someone willing to ignore other options. The sample size was taken by 50 respondents, with sampling technique with non probability sampling method, especially purposive sampling. Then the data was collected through questionnaires. Population in this research is Acer laptop user in Village Mampang, Depok. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). Based on the results of data processing with Partial Least Square (PLS) has the result that (1) brand image has a positive and significant effect on buying interest with coefficient value of 0.605. (2) the price has no negative effect on buying interest with coefficient value of 0.263.

Keywords: Brand Image, Price, and Buying Interest.

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA TERHADAP MINAT BELI LAPTOP ACER

Oleh

Tiwi Antoti

Abstrak

Penelitian ini merupakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga terhadap minat beli. Citra Merek dengan indikator kredibilitas perusahaan, jaringan perusahaan, status social, gaya hidup, kemasan produk, manfaat produk, jaminan produk. Harga dengan dengan indikator kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk, diskon dan harga promosi. Minat Beli dengan indikator intensitas pencarian informasi mengenai suatu produk, keinginan untuk segera membeli/memiliki suatu produk dan preferensi bahwa produk tertentu inilah yang di inginkan, seseorang bersedia mengabaikan pilihan lain. Ukuran sampel diambil sebanyak 50 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Kemudian pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna laptop Acer di Kelurahan Mampang, Depok. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan Hasil pengolahan data dengan Partial Least Square (PLS) memiliki hasil bahwa (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,605. (2) harga berpengaruh negative tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,263.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, dan Minat Beli.



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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Jumat , tanggal 29 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :


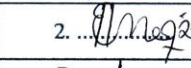

Nama : TIWI ANTOTI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111013

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh Citra Merek, Harga Terhadap Minat Beli Laptop Acer
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~Pada Tingkat~~*)

Penguji


No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1. 
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2. 
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP	Anggota II **)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing



Jakarta, 29 Juni 2018
Mengesahkan
A.n. DEKAN
aprodi. Manajemen S.1


Wahyuudi, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam proposal ini adalah **“Citra Merek, Harga Terhadap Minat Beli Laptop Acer”**. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., MM., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta sekaligus sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Tati Handayani, S.E., MM selaku dosen pembimbing II, Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Dwi Siti Ciptaningsih, S.E., MM selaku dosen pembimbing akademik, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Sucipto dan Ibu Ruswati selaku kedua orang tua tercinta, Bagas Guseza Antito selaku adik tercinta, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan proposal ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman perskripsian, Sylvia Anggraeni, Annisa , Fitri Eka, Kardashian Fam, dan S1 Manajemen 2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 22 Juni 2018

Tiwi Antoti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	3
I.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN, HIPOTESIS	5
II.1 Tinjauan Pustaka	5
II.1.1 Perilaku Konsumen.....	5
II.1.2 Merek (<i>Brand</i>).....	6
II.1.2.1 Bagian Dari Merk	8
II.1.3 Citra Merek	9
II.1.3.1 Komponen Citra Merek	10
II.1.3.2 Dimensi Citra Merek	10
II.1.4 Harga.....	11
II.1.4.1 Peranan Harga	12
II.1.4.3 Indikator Harga.....	12
II.1.5 Minat Beli.....	13
II.1.5.1 Indikator Minat Beli	14
II.3 Hipotesis.....	16
II.3.1 Pengaruh citra merek terhadap minat beli.....	16
II.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	17
III.1.1 Citra Merek (X1)	17
III.1.2 Harga (X2)	17
III.1.3 Minat Beli (Y)	17
III.2 Populasi dan Pengambilan Sampel.....	18
III.2.1 Populasi.....	18

III.2.2	Sampel.....	18
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	19
III.3.1	Jenis Data	19
III.3.2	Sumber Data.....	20
III.3.3	Pengumpulan Data.....	20
III.4	Analisis Data	21
III.4.1	Teknik Analisis Data	21
III.4.1.1	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	22
III.4.1.2	Langkah-Langkah PLS	22
III.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	23
III.4.3	Uji Hipotesis.....	23
III.4.3.1	Uji Signfikan Parsial (Uji t)	23
III.4.4	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	24
III.5	Dari Luaran PLS.....	24
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
IV.1	Hasil Penelitian.....	26
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	26
IV.1.1.1	Sejarah Laptop Acer	26
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	27
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	27
VI.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	30
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	34
VI.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	36
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	37
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas PLS	38
IV.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	39
IV.3.2.1	<i>R Square</i>	40
VI.3.2.2	<i>Q-Square</i>	40
IV.3.2.3	Uji Hipotesis.....	41
IV.3.2.3.1	Uji t-Statistik	41
IV.4	Pembahasan.....	42
IV.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	42
IV.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	43
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	44
V.1	Simpulan	44
V.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....		46
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Top Brand Index</i>	2
Tabel 2.	Pengukuran Variabel.....	17
Tabel 3.	Skala Likert	21
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrument Penelitian	21
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	23
Tabel 6.	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	28
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	28
Tabel 8.	Karakteristik Responden Pekerjaan.....	28
Tabel 9.	Karakteristik Responden Sumber Dana	29
Tabel 10.	Karakteristik Responden Pendapatan Perbulan.....	29
Tabel 11.	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	31
Tabel 12.	Frekuensi jawaban responden variabel Harga.....	32
Tabel 13.	<i>Outer Loading Factor</i>	36
Tabel 14.	<i>Cross Loading</i>	37
Tabel 15.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	38
Tabel 16.	<i>Composite Reliability</i>	39
Tabel 17.	<i>Cronbach's Alpha Hasil Output PLS</i>	39
Tabel 18.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	40
Tabel 19.	Hasil Uji t-Statistik	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 2. Luaran dari PLS.....	25
Gambar 3. Nilai Loading Faktor <i>Outer Model</i>	34
Gambar 4. Reestimasi Nilai Loading Faktor <i>Outer Model</i>	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuesioner 50 Responden
- Lampiran 5 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 7 Model Pengukuran (*Outer Loading*)
- Lampiran 8 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 9 R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 10 Surat Riset
- Lampiran 11 Surat Balasan Riset