

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT  
BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Dinda Ayu Tiara

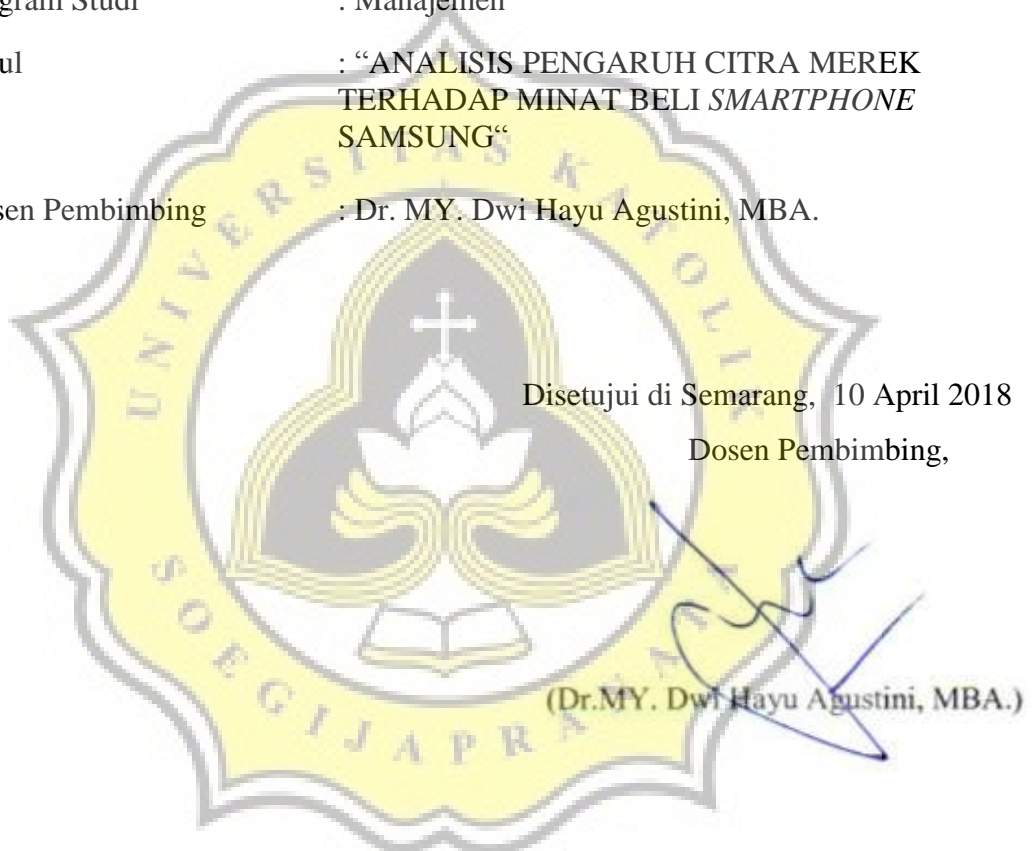
14.D1.0166

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Dinda Ayu Tiara  
NIM : 14.D1.0166  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul : “ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE*  
SAMSUNG“  
Dosen Pembimbing : Dr. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA.



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Ayu Tiara

NIM : 14.D1.0166

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 10 April 2018

Yang menvatakan,



Dinda Ayu Tiara

14.D1.0166

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul  
**“Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung”**

Yang disusun oleh

Nama : Dinda Ayu Tiara

NIM : 14.D1.0166

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada Rabu/30 Mei 2018 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

(Drs. R. Bowo Hareahyo, MBA.)

(Dr. J. Wijanto Hadipuro., SE., MT.)

(Dr. MY. Dwi Hayu Agustini, ME)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Octavianus Digo Hartomo, SE., M.Si., Akt)

NPP : 058.1.1995.170

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE SAMSUNG*”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Octavianus Digo Hartomo, SE.,M.Si.,Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dr. Widuri Kurniasari, SE. MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Ibu Dr. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu memberikan bimbingan, kritikan, masukan dan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Dr. J.Wijanto Hadipuro., SE.,MT selaku Dosen Penguji 2 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan saran yang berguna untuk melengkapi kekurangan hasil skripsi sehingga dapat menjadi lebih baik.
5. Bapak Drs. Y Sugiharto.,MM. selaku dosen wali yang selalu membimbing dan memberikan saran-saran selama masa perkuliahan.
6. Para responden yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi terselesaikannya penelitian ini.

7. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu memberikan pengarahan kegiatan administratif kepada penulis dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua saya, papa dan mama yang sangat saya cintai, karena Beliau lah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat agar saya tidak berputus asa dalam meraih masa depan yang saya impikan, dan selalu mengingatkan saya bahwa berdoa dan berusaha adalah 2 hal yang melekat dan sangat penting.
9. Kakak dan saudara yang turut membantu dalam memberikan dukungan dan semangat.
10. Teman-teman yang saya sayangi Chaca dan Pretty (Geng Colke wae), Bella dan Dinar (sahabat dari sd). Esa, Wilda, Prisnu, Bebe, Dhaksi, Vina, Atikah, Ninis (geng cewek2 sibux) yang juga turut memberikan semangat, teman-teman BEM FEB periode 2015/2016 terutama Ana, dan Pretty yang selalu memberikan dukungan serta teman-teman lainnya yang juga turut membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran membangun dari semua pihak. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 10 April 2018

Penyusun

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Ayu Tiara

NIM : 14.D1.0166

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung di Kota Semarang”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 10 April 2018

Yang menyatakan



(Dinda Ayu Tiara)

## ABSTRAK

Oleh:

Dinda Ayu Tiara

NIM : 14.D1.0166

Program Studi Manajemen

### Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli *smartphone* Samsung

Samsung yang merupakan top *smartphone* di Indonesia memiliki pangsa pasar yang tinggi di sepanjang tahun 2014 dan 2015, melalui peluncuran produk yang mempunyai spesifikasi yang relatif sama dengan mengambil salah satu tipe Samsung tahun 2015 dan tipe Asus tahun 2015 ditemukan perbandingan fitur yang relatif sama, tapi harga berbeda secara signifikan. Dimana harga Samsung relatif lebih mahal dibandingkan harga Asus, namun Samsung tetap konsisten menjadi *smartphone* unggulan di Indonesia. Hal ini kemudian memunculkan dugaan adanya pengaruh citra merek yang mempengaruhi minat beli *smartphone* Samsung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra merek dan minat beli dalam benak konsumen, serta bagaimana pengaruh citra merek terhadap minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *smartphone* Samsung. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 80 responden pengguna *smartphone* Samsung yang berdomisili di kota Semarang. Data yang digunakan adalah data primer, dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis yang digunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, Uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dalam benak responden cenderung pada manfaat fungsional, sedangkan minat beli dalam benak responden cenderung pada manfaat preferensial. Dan ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap minat beli.

Kata kunci : Citra merek, minat beli.



## **ABSTRACT**

By:

Dinda Ayu Tiara

NIM : 14.D1.0166

*Management Program*

### *Analysis of Brand Image Effect on Buying interest Samsung smartphones*

*Samsung which is the top smartphone in Indonesia has a high market share throughout the year 2014 and 2015, through the launch of products that have the relatively same specifications by taking one type of Samsung 2015 and Asus type 2015 found comparison of relatively similar features, but the prices differ significantly. The price of Samsung is relatively more expensive than the price of Asus, but Samsung remains consistent be a flagship smartphone in Indonesia. This then raises allegations of the influence of brand image that affects the buying interest of Samsung smartphones.*

*This study aims to find out how the brand image and buying interest in the minds of consumers, and how the influence of brand image of buying interest. The population in this study is all Samsung smartphone users. The sample is determined by using purposive sampling technique with 80 respondents of Samsung smartphone users who are domiciled in the city of Semarang. The data used is primary data, using likert scale. Analytical techniques used descriptive analysis, simple linear regression analysis, t test, and coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The results showed that brand image in the minds of respondents tends to functional benefits, whereas buying interest in the minds of respondents tends to preferential benefits. And there is a positive and significant influence between of brand image on buying interest.*

*Keywords: Brand image, buying interest.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS .....	7
2.1. Minat Beli.....	7
2.2. Citra Merek.....	8
2.3. Hubungan antara Citra Merek dengan Minat Beli .....	122
2.4. Penelitian Terdahulu.....	12
2.5. Kerangka Pikir Penelitian.....	13
2.6. Hipotesis Penelitian .....	13
2.7. Definisi Operasional Variabel .....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	15
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	16

3.2.1. Jenis dan Sumber Data .....	16
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	16
3.2.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	17
3.3. Teknik Analisis Data .....	19
3.3.1. Analisis Deskriptif .....	19
3.3.2. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	20
3.3.3. Uji t .....	21
3.3.4. Koefisien Determinasi .....	21
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
4.1. Gambaran Umum Responden .....	22
4.1.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan .....	22
4.1.2. Karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan .....	23
4.1.3. Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan dan uang saku atau pendapatan per bulan .....	24
4.1.4. Karakteristik responden berdasarkan tipe <i>smartphone</i> Samsung dan uang saku atau pendapatan per bulan. ....	25
4.1.5. Karakteristik responden menurut alasan pemilihan tipe <i>smartphone</i> dan tipe <i>smartphone</i> yang digunakan .....	27
4.1.6. Karakteristik Responden berdasarkan yang mendorong beli <i>smartphone</i> dan tipe <i>smartphone</i> Samsung yang digunakan .....	28
4.1.7. Analisis Deskripsi Tanggapan Responden .....	29
4.2. Hasil analisis kuantitatif .....	32
4.2.1. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	32
4.2.2. Uji t .....	33
4.2.3. Uji Koefisien Determinasi .....	33
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>34</b>
5.1. Kesimpulan .....	34
5.2. Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	38

LAMPIRAN 2 DATA IDENTITAS RESPONDEN.....	42
LAMPIRAN 3 DATA TABULASI .....	47
LAMPIRAN 4 VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN.....	53
LAMPIRAN 5 GAMBARAN UMUM RESPONDEN .....	57
LAMPIRAN 6 ANALISIS PENGARUH .....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Lima Penjual <i>Smartphone</i> terbaik ( <i>top five vendors</i> ), dan pangsa pasar sepanjang tahun 2014 dan 2015 (dalam%) .....	3
Tabel 1.2. Perbandingan spesifikasi Samsung Galaxy A5 dan Asus Zenfone <i>selfie</i> 16/32 gb keluaran tahun 2015 .....	4
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas.....	18
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	19
Tabel 4.1. Responden berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan .....	22
Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan .....	23
Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan uang saku per bulan dan pekerjaan .....	24
Tabel 4.4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan dan pekerjaan .....	25
Tabel 4.5. Karakteristik responden berdasarkan uang saku per bulan dan tipe <i>smartphone</i> Samsung yang digunakan.....	26
Tabel 4.6. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan dan tipe <i>smartphone</i> Samsung yang digunakan.....	27
Tabel 4.7. Karakteristik responden berdasarkan alasan pemilihan <i>smartphone</i> dan <i>smartphone</i> yang digunakan .....	28
Tabel 4.8. Karakteristik responden berdasarkan yang mendorong beli <i>smartphone</i> dan tipe yang digunakan.....	29
Tabel 4.9. Deskripsi tanggapan responden tentang citra merek.....	29
Tabel 4.10. Deskripsi tanggapan responden tentang minat beli.....	31
Tabel 4.11. Hasil regresi linier sederhana.....	32
Tabel 4.12. Hasil Uji T.....	33
Tabel 4.13. Hasil Koefisien determinasi .....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian..... 13



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	38
LAMPIRAN 2 DATA IDENTITAS RESPONDEN .....	42
LAMPIRAN 3 DATA TABULASI .....	47
LAMPIRAN 4 VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN .....	53
LAMPIRAN 5 GAMBARAN UMUM RESPONDEN .....	57
LAMPIRAN 6 ANALISIS PENGARUH.....	62

