

**PENGARUH CITRA MEREK, LOYALITAS MEREK DAN *ESTEEM NEEDS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE 6
(STUDI KASUS PADA KARYAWAN DI GEDUNG PALMA ONE DAN
MENARA PALMA, KUNINGAN, JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas**

Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS**

MERCU BUANA

Nama : Frisca Andriana Pertiwi

NIM : 43111110079

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frisca Andriana Pertiwi

Nim : 43111110079

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini ialah murni hasil karya sendiri dan apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2015



Frisca Andriana Pertiwi

NIM : 43111110079

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Frisca Andriana Pertiwi
Nim : 43111110079
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Loyalitas Merek dan *Esteem Needs*
Terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6 (Studi Kasus Pada
Karyawan di Gedung Palma One dan Menara Palma,
Kuningan, Jakarta Selatan)


Tanggal Lulus Ujian : 10 September 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji


Drs. Wawan Purwanto, SE., MM.


Arief Bowo Prayoga K, SE. MM

02-10-2015

13-09-2015


Tanggal :

Tanggal :

Dekan S1 Manajemen,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,


Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA


Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 3-10-2015

Tanggal : 2/10 2015

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas ridhoNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Loyalitas Merek dan *Esteem Needs* Terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6 (Studi Kasus Pada Karyawan di Gedung Palma One dan Menara Palma, Kuningan, Jakarta Selatan)” dalam rangka memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan serta ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri agar menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Tanpa adanya dukungan, bantuan, dan partisipasi dari banyak pihak, skripsi ini mungkin tidak akan pernah terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menghaturkan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku ketua Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana

4. Drs. Wawan Purwanto, SE., MM selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing dengan tulus serta memberikan saran dan semangat selama bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. Kedua orangtua saya tercinta yaitu Ayah saya Fajar Widodo dan Ibu saya Farida yang selalu memberikan doa yang tulus, dukungan serta semangat yang tidak pernah putus untuk saya.
6. Adik saya tersayang yaitu Dwi Raka Bagus Perwira dan Nicolya Ezanova Agata yang selalu memberi saya semangat dan keceriaan dalam menyelesaikan skripsi ini serta tidak jarang menjadi tempat curhat penulis disetiap saat.
7. Keluarga besar di Jakarta, Salatiga, mas Nono, mas Egy, mba Pita dan lainnya yang selalu memberi semangat tiada henti kepada saya.
8. Teman terdekat saya yaitu Rahmat Zaeroby Sya'bani yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh karyawan di tempat saya bekerja yaitu TOA Corporation, serta seluruh karyawan di gedung Palma One dan Menara Palma yang dengan tulus telah bersedia untuk menjadi responden dalam skripsi ini.
10. Teman-Teman seperjuangan yang secara khusus memberikan saya dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yaitu Alnuria Titania, Erna Nova, Faqih dan Daniel.
11. Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2011/2012 Gadis, Gani, Erlita, Windy, Zellyka, Nina, Fitri, Willy, Aka, Pratiwi, Anita, Nora, Virdan, Eni

H, Atikah, Ratih, Lanny, Intan, Asriatul, Johan, Ibnu, Nova Diana, Adam, Ganang dan lainnya yang selalu mendukung dan saling memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Sahabat saya Rakhel Kristamurti dan Novia Forenti yang sejak awal selalu memberikan saya dukungan dan telah menjadi sahabat terbaik saya selama lebih dari 8 tahun lamanya, mereka menjadi penyemangat disaat senang ataupun galau sekalipun. Tidak lupa ucapan terimakasih ini saya tujukan kepada sahabat saya lainnya yaitu Eka, Tika, Widia, Citra, Dani, Tya dan almh. Elvina (ai). *Love you my best buddies! At the end, I know that the best friends like you cannot be replaced.* Terimakasih sahabat-sahabatku.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, semua kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan dalam menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhirnya terimakasih dan penghargaan saya ucapkan kepada semua pihak yang dengan tulus telah berpartisipasi dalam mewujudkan karya sederhana ini. Semoga segala bentuk kebaikan yang diberikan menjadi amal baik bagi semua pihak, amin ya rabalalamin.

Jakarta, 10 Agustus 2015

Frisca Andriana Pertiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	
a. Tujuan Penelitian	13
b. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Pemasaran	

a. Pengertian Pemasaran	15
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
c. Bauran Pemasaran	17
2. Merek	
a. Definisi Merek.....	20
b. Manfaat Merek	22
c. Ekuitas Merek.....	23
3. Citra Merek	
a. Definisi Citra	25
b. Definisi Citra Merek	23
c. Faktor-faktor pembentuk Citra Merek	27
d. Dimensi Citra Merek.....	28
e. Pengukuran Citra Merek.....	30
3. Loyalitas Merek	
a. Definisi Loyalitas Merek	31
b. Dimensi Loyalitas Merek	32
c. Pengukuran Loyalitas Merek.....	34
d. Tingkatan dalam Loyalitas Merek	35
e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Merek	38
4. <i>Esteem Needs</i> (Kebutuhan akan Penghargaan Diri)	
a. Definisi <i>Esteem Needs</i>	39
b. Dimensi <i>Esteem Needs</i>	41

5. Keputusan Pembelian	
a. Definisi Keputusan Pembelian	42
b. Tahapan-tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	43
c. Dimensi Keputusan Pembelian.....	46
6. Hubungan Antar Variabel	
a. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	47
b. Hubungan Loyalitas Merek dengan Keputusan Pembelian.....	47
c. Hubungan <i>Esteem Needs</i> dengan Keputusan Pembelian.....	48
7. Penelitian Terdahulu.....	49
B. Kerangka Pemikiran.....	52
C. Hipotesis.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
B. Metode Penelitian.....	53
C. Desain Penelitian.....	54
D. Operasional Variabel	
1. Definisi Operasional Variabel.....	56
E. Populasi dan Sample Penelitian	
1. Definisi Populasi.....	63
2. Definisi dan Teknik Sample.....	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	66
G. Metode Analisis Data.....	66

H. Analisis Kuantitatif	
1. Uji Validitas.....	67
2. Uji Reliabilitas.....	67
I. Uji Asumsi Klasik	
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolonieritas.....	69
3. Uji heteroskedastisitas.....	70
J. Analisis Regresi Berganda	
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	71
2. Uji Parsial (Uji t).....	72
3. Koefisien Determinasi (R ²).....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	74
2. Profil Singkat Apple iPhone 6.....	74
3. Gambaran Umum Responden	
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	76
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	80
1. Analisis Variabel	

a.	Analisis Citra Merek.....	81
b.	Analisis Loyalitas Merek.....	84
c.	Analisis <i>Esteem Needs</i>	86
d.	Analisis Keputusan Pembelian	89
C.	Hasil Uji Kualitas Data	
1.	Hasil Uji Validitas.....	90
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	95
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik	
1.	Hasil Uji Normalitas.....	96
2.	Hasil Uji Multikolieranitas.....	97
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	98
E.	Analisis Regresi Berganda	
1.	Analisis Pengaruh Citra merek, Loyalitas merek dan <i>Esteem Needs</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	100
F.	Hasil Uji Hipotesis	
1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	101
2.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t).....	102
3.	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	103
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	104
2.	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	104
3.	Pengaruh <i>Esteem Needs</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	105

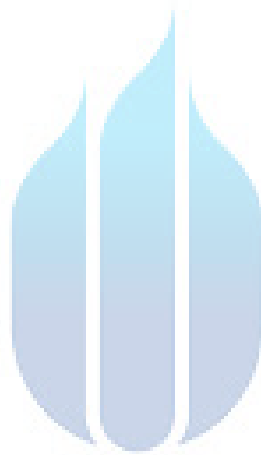
BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....107

B. Saran.....108

DAFTAR PUSTAKA.....110

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	49
3.1	Variabel Operasional	61
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	79
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	80
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (X1)	82
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Merek (X2)	84
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Esteem Needs</i> (X3)	86
4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel X1, X2, X3 dan Variabel Y	90
4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas	91
4.12	Hasil Uji Normalitas	93
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	94
4.14	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	96
4.15	Hasil Analisa Korelasi Berganda	97
4.16	Hasil Uji-F	99

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Proporsi Kepemilikan Smartphone Berdasarkan Kelas Sosial	2
1.2	Grafik Kepemilikan iPhone Berdasarkan Pendapatan.....	2
2.1	Empat P Bauran Pemasaran	19
2.2	Dimensi Ekuitas Merek	24
2.3	Piramida Loyalitas Merek	36
2.4	Hirarki Kebutuhan Maslow	40
3.1	Teknik Penarikan Sampel.....	67
4.1	Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Kuesioner Karakteristik Responden.....	114
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden	
variabel Citra Merek.....	117
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden	
variabel Loyalitas Merek	120
Lampiran 5 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden	
variabel <i>Esteem Needs</i>	123
Lampiran 6 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden	
variabel Keputusan Pembelian	126
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	129
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	131
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	132
Lampiran 10 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	133
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis.....	134