

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN CUCI MEREK SAMSUNG
DI APARTEMEN KALIBATA CITY**

SKRIPSI

Nama : Nina Saraswati
NIM : 43108110205



U N I W I N I V E R S I T A S
MERCU BUANA
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN CUCI MEREK SAMSUNG
DI APARTEMEN KALIBATA CITY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

**Nama : Nina Saraswati
NIM : 43108110205**



**FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Nina Saraswati
Nim : 43108110205
Program Studi : Ekonomi – Manajemen Strata 1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta,2013



Nina Saraswati
NIM : 43108110205

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nina Saraswati
NIM : 43108110205
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen (S1)

Disahkan oleh,
Pembimbing Skripsi



(Dr. Rina Astini SE,MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



(Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, MS)



(Dr. Rina Astini SE,MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Brand Awareness dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Mesin Cuci Merek Samsung di Apartemen Kalibata City

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Nina Saraswati

43108110205

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 November 2013

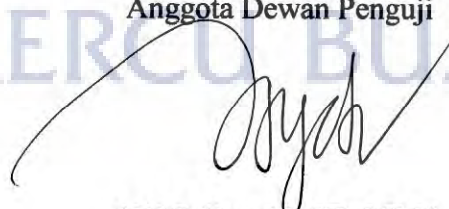
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



(**Dr. Rina Astini, SE, MM**)

Anggota Dewan Penguji



(**RM. Rasyid, SE, MM**)

Anggota Dewan Penguji



(**Luna Haningsih, SE, ME**)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan karena atas rahmat dan karuniaNya, maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mesin Cuci Merek Samsung di Apartemen Kalibata City”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi Bidang Studi Pemasaran.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univeristas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Rina Astini SE,MM., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penelitian ini.
4. Ibu Dr. Rina Astini SE,MM, selaku kepala bidang studi Pemasaran Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Suamiku Julius Melodiantoko yang selalu mensupportku.
6. Teman-teman PKK Mercu Buana atas keceriaan dan dukungan selama perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu .

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti akan sangat berterimakasih apabila ada kritik yang sifatnya membangun demi kebaikan penulisan-penulisan berikutnya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat dikembangkan menjadi skripsi di semester depan.

Jakarta , 28 November 2013

Nina Saraswati
NIM : 43108110205



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Praktis	8
1.4.2 Manfaat Akademis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.1 Konsep Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	17
2.2 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.1 Peranan <i>Brand Awareness</i>	20
2.3 Harga.....	24
2.3.1 Komponen-komponen Harga.....	24
2.4 Persepsi Harga	26
2.5 Merek	29

2.6 Perilaku Konsumen.....	31
2.7 Keputusan Pembelian.....	34
2.7.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	37
2.8 Penelitian Terdahulu	38
2.9 Kerangka Berpikir	39
2.10 Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	44
3.4.1 Definisi Variabel <i>Brand Awareness</i>	44
3.4.2 Definisi Variabel Harga.....	45
3.4.3 Definisi Variabel Keputusan Pembelian	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 . Data Primer	48
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1 Validitas.....	49
3.6.2 Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data	53

3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.2 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden.....	56
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
4.2 Deskripsi dan Pengolahan Hasil Data Penelitian	59
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas	60
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	64
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik	65
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel X1	68
4.2.5 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel X2	70
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Y	72
4.3 Pengujian Hipotesis	76
4.3.1 Koefisien Korelasi Berganda.....	77
4.3.2 Determinasi Berganda.....	77
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	78
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Gambar

Gambar 1.1. Chart Penjualan Mesin Cuci Samsung di Indonesia	7
Gambar 2.1. <i>Brand Knowledge Model</i>	20
Gambar 2.2. Tingkatan dalam <i>Brand Awareness</i>	22
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1. <i>PPlot</i>	65
Gambar 4.2. <i>Scatterplot</i>	66
Gambar 4.3. Kurva uji t Hipotesis Pertama	80
Gambar 4.4. Kurva uji t Hipotesis Kedua.....	82

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Penjualan Produk Home Appliances Samsung.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1. Variabel Brand Awareness	45
Tabel 3.2. Variabel Harga	46
Tabel 3.3. Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 3.4. Tingkat Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 3.5. Tingkat Reliabilitas	52
Tabel 4.1. Usia Responden.....	56
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.3. Pendidikan Responden	58
Tabel 4.4. Status Responden	58
Tabel 4.5. Pengeluaran Responden	59
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas X1.....	61
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Validitas X2	62
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Validitas Y.....	63
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	64
Tabel 4.10. Rekapitulasi Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF.....	67
Tabel 4.11. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel X1.....	68
Tabel 4.12. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel X2.....	70
Tabel 4.13. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Y	72
Tabel 4.14. Koefisien Korelasi Berganda	77

Tabel 4.15. Hasil Uji t Variabel X1	79
Tabel 4.16. Hasil Uji t Variabel X2.....	81
Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis Uji F	83

