

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PONSEL BLACKBERRY**

SKRIPSI

**NAMA : DORA ARMYSARI
NIM : 43107120149**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PONSEL BLACKBERRY**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

**NAMA : DORA ARMYSARI
NIM : 43107120149**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **DORA ARMYSARI**

NIM : **43107120149**

Program Studi : **Manajemen Pemasaran**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2011

(DORA ARMYSARI)
NIM : 43107120149

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : DORA ARMYSAARI
NIM : 43107120149
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Ponsel Blackberry.
Tanggal Lulus Ujian : 24 Maret 2011

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

(Drs. Wawan Purwanto, S.E., M.M.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si)

(H. Arief Bowo Prayoga K., S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ponsel Blackberry.

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

DORA ARMYSARI
NIM : 43107120149

Telah diujikan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Maret 2011

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

Drs. Wawan Purwanto, S.E., M.M

Anggota Dewan Penguji

Priyono, SE, MSM

Anggota Dewan Penguji

Drs. Hasanudin Pasiama, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang yang telah mencurahkan karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk menempuh gelar sarjana ekonomi dengan judul skripsi yaitu :” Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ponsel Blackberry “.

Didalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dan pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya serta kekuatan jasmani dan rohani, memberikan cinta-Nya tanpa batas dan hentikan tulus untuk penulis serta kasihya sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.
2. Drs.Wawan Purwanto, S.E., M.M. , selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya membantu penulis dalam menyusun skripsi.
3. Bapak Arief Bowo Prayoga K., S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen (S1) Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.

6. Janji yang akhirnya saya tepati untuk Alm. Ayah, Ibu tercinta, yang memberikan dorongan baik moril maupun materil, dan tidak henti-hentinya selalu memanjatkan doa yang tulus untuk penulis serta kasih sayang selalu menyertai langkah penulis setiap saat.
7. Khusus untuk teman seperjuanganku Riris Melani yang tidak bosan bosannya mengingatkan, memberikan semangat, dan Sisca Maryati atas bantuannya. Akhirnya aku bisa menyusul kalian.....

Demikianlah, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada khususnya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan maupun penggunaan kata dan bahasa yang kurang tepat, dimana hal ini kurang berkenan dihati para pembaca. Oleh karena itu Penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi semua pihak.

Jakarta, Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Arti Penting Pemasaran	10
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.2.1. Produk	13
2.2.2. Harga	14
2.2.3. Tempat	14
2.2.4. Promosi	15
2.3. <i>Positioning</i>	16
2.3.1. Pengertian <i>Positioning</i>	16
2.3.2. Proses <i>Positioning</i>	17
2.3.3. Strategi <i>Positioning</i>	18
2.4. Merek (<i>Brand</i>)	19
2.4.1. Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	19
2.4.2. Fungsi Merek (<i>Brand</i>)	21
2.4.3. Mutu Merek (<i>Brand</i>)	22
2.4.4. Manfaat Merek (<i>Brand</i>)	22
2.4.5. Peran Merek (<i>Brand</i>)	24
2.5. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	24
2.6. Perilaku Konsumen (<i>Customer Behaviour</i>)	25
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen	25

2.6.2.	Model Perilaku Konsumen	27
2.6.3.	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
	a. Faktor Budaya	29
	b. Faktor Sosial	31
	c. Faktor Personal	33
	d. Faktor Psikologis	35
2.7.	Pengambilan Keputusan Pembelian	37
2.7.1.	Proses Keputusan Pembelian	38
	a. Pengenalan Kebutuhan	39
	b. Pencarian Informasi	39
	c. Evaluasi Alternatif	40
	d. Keputusan Pembelian	41
	e. Perilaku Setelah Pembelian	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Gambaran Umum Produsen Ponsel BlackBerru	43
3.2.	Desain Penelitian	45
3.3.	Hipotesis Penelitian	46
3.4.	Populasi dan Sampling	46
3.5.	Variabel dan Skala Pengukuran	47
3.6.	Definisi Operasional Variabel	48
3.7.	Jenis Data	49
3.8.	Metode Pengumpulan Data	50
3.9.	Metode Analisis Data	51
3.10.	Hipotesis Statistik	53
3.11.	Uji Hipotesis	53
3.12.	Proses Pengolahan Data	54
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1.	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.2.	Analisis Hasil Kuesioner Mengenai Citra Merek	59
4.3.	Analisis Hasil Kuesioner Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.4.	Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	75
5.2.	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1: <i>Brand Management and Strategy</i>	21
Tabel 2.2: Panduan Riset Perilaku Konsumen	27
Tabel 2.3: Faktor Internal yang memengaruhi perilaku konsumen	29
Tabel 2.4: Falsafah, Teori dan aplikasi	39
Tabel 3.1: Konfigurasi Populasi Sasaran	46
Tabel 4.1. Gender Responden	56
Tabel 4.2. Usia Responden	57
Tabel 4.3. Pengeluaran per bulan Responden	58
Tabel 4.4. BlackBerry Ponsel yang memiliki kualitas tinggi	59
Tabel 4.5. BlackBerry merek yang sangat prestisius	60
Tabel 4.6. BlackBerry menciptakan kepuasan pelanggan	60
Tabel 4.7. Rasa Bangga Pada Saat menggunakan BlackBerry	61
Tabel 4.8. BlackBerry merupakan merek yang berkelas	62
Tabel 4.9. BlackBerry mencerminkan produk yang bernilai tinggi	62
Tabel 4.10. BlackBerry merupakan merek perusahaan yang memiliki image baik dikalangan konsumen	63
Tabel 4.11. BlackBerry mencerminkan kepribadian konsumen	64
Tabel 4.12. BlackBerry membentuk persepsi konsumen terhadap merek	65
Tabel 4.13. Menggunakan BlackBerry membentuk citra seseorang di Kalangan masyarakat	66
Tabel 4.14. BlackBerry menjadi salah satu pilihan yang dipertimbangkan Dalam membeli ponsel	67
Tabel 4.15. BlackBerry menjadi pilihan utama dibandingkan dengan Ponsel merek lain	68
Tabel 4.16. BlackBerry menjadi satu satunya ponsel yang akan dipilih Konsumen	69
Tabel 4.17. Konsumen langsung memutuskan membeli BlackBerry Tanpa mempertimbangkan merek lain	70
Tabel 4.18. Variabel Entered/Removed	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 01: Surat Permohonan kesediaan untuk melakukan pengisian daftar kuesioner
- Lampiran 02: Daftar kuisisioner
- Lampiran 03: Hasil Olahan Data Kuisisioner