

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PONSEL NOKIA
(Studi Kasus Kelurahan Larangan Utara, Tangerang)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S-1

Nama : HANNI PRATIWI
NIM : 43106010028



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PONSEL NOKIA
(Studi Kasus Kelurahan Larangan Utara, Tangerang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I

Nama : HANNI PRATIWI

NIM : 43106010028



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanni Pratiwi
NIM : 43106010028
Program Studi : Manajemen Strata-I

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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Maret 2010

HANNI PRATIWI
NIM: 43106010028

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hanni Pratiwi
NIM : 43106010028
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan
Pembelian pada ponsel Nokia (Studi Kasus Kelurahan
Larangan Utara, Tangerang)
Tanggal Ujian Skripsi : 23 Februari 2010

Disahkan Oleh :
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Priyono, SE. MM)

Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S-1

(Dra. Yuli Harwani, MM)

Tanggal :

(Arief Bowo Prayoga K.,SE. MM)

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PADA PONSEL NOKIA

(Studi Kasus Kelurahan Larangan Utara, Tangerang)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Hanni Pratiwi

43106010028

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada Tanggal 23 Februari 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Priyono, SE. MM)

Anggota Dewan Penguji

(Ir. Arissetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Dra. Yuli Harwani R., MM)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, dan karunia-Nya, sehingga dengan kemampuan yang ada, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia (Studi Kasus Kelurahan Larangan Utara, Tangerang)”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa mewujudkan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepadaku, atas berkah-Nyalah aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yuli Harwani R., MM selaku dekan Fakultas Ekonomi
3. Bpk. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen S1.
4. Ibu Luna Haningsih, SE. ME selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis selama ini.
5. Bpk Priyono, SE. M. Si selaku pembimbing skripsi, saya mengucapkan banyak terima kasih atas segala bimbingan serta ilmu yang diberikan,serta

kesabaran selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ayah dan Ibuku tercinta yang selalu memberiku kasih sayang, semangat, perhatian, doa dan materi yang tulus dan tak ternilai, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Kakak-kakakku Henni dan Hendri yang sangat saya sayangi, yang telah memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kekasihku tercinta Irwan yang selalu mendampingi, terima kasih atas bantuan, perhatian dan dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabat terbaikku, Dona, Aprie, Astri, serta teman-teman angkatan 2006 yang telah banyak membantu memberikan kritik dan saran.
10. Dan semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala amal kebaikan Bapak, Ibu dan Rekan-Rekan semua mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dalam rangka kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan sumbangan pikiran untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 15 Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Fungsi Pemasaran	6
2.3 Tujuan Pemasaran	7
2.4 Pengertian Bauran Pemasaran.....	8
2.5 Pengertian Produk	10

2.6 Pengertian Merek	12
2.7 Pengertian Citra Merek	17
2.8 Ekuitas Merek	19
2.9 Keputusan Pembelian	21
2.10 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
2.11 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
2.12 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Desain Penelitian.....	37
3.3 Hipotesis.....	37
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	38
3.5 Definisi Variabel Operasional	39
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7 Jenis Data	40
3.7 Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.7.1 Populasi Penelitian.....	41
3.7.2 Sampel Penelitian	41
3.8 Metode Analisis Data	42
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Karakteristik Responden	46
4.2 Analisa Hasil Kuisisioner Tentang Brand Image	48
4.3 Analisa Hasil Kuisisioner Tentang Keputusan Pembelian.....	59

4.4 Analisa Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan	
Pembelian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel x (brand image).....	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel y (Keputusan pembelian)	39
Tabel 4.1 Karakteristik responden	46
Tabel 4.2 Nokia merupakan merek produk yang memiliki kualitas Tinggi	48
Tabel 4.3 HP Nokia adalah merek yang sangat prestisius	49
Tabel 4.4 Ada rasa bangga ketika konsumen menggunakan produk Nokia	50
Tabel 4.5 Menggunakan Nokia bisa menciptakan kepuasan konsumen.....	51
Tabel 4.6 Nokia merupakan produk yang bernilai tinggi	52
Tabel 4.7 Nokia merupakan produk berkelas.....	53
Tabel 4.8 Nokia merupakan merek perusahaan yang memiliki image baik dikalangan konsumen.....	54
Tabel 4.9 Ponsel Nokia membentuk persepsi konsumen terhadap Merek	55
Tabel 4.10 Ponsel Nokia mencerminkan kepribadian penggunanya	56
Tabel 4.11 Menggunakan Nokia membentuk citra konsumen Dimasyarakat.....	57
Tabel 4.12 Rekapitulasi tentang brand image	58

Tabel 4.13	Nokia menjadi salah satu pilihan yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian.....	59
Tabel 4.14	Nokia merupakan produk yang dapat memuaskan Penggunaanya	60
Tabel 4.15	Menggunakan Nokia menimbulkan rasa bangga terhadap penggunaanya	61
Tabel 4.16	Nokia merek yang diberikan menjadi pemikiran konsumen dalam putusan pembelian.....	62
Tabel 4.17	Nokia merupakan citra perusahaan yang bernilai tinggi diantara produsen yang lain	63
abel 4.18	Nokia adalah produk yang berkualitas dan membentuk citra penggunaannya	64
Tabel 4.19	Nokia menjadi pilihan pertama dalam putusan pembelian	65
Tabel 4.20	Manfaat yang diberikan menjadi pemikiran dalam putusan pembelian	66
Tabel 4.21	Tipe-tipe yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan Konsumen	67
Tabel 4.22	Nokia merupakan ponsel yang prestisius (bagus).....	68
Tabel 4.23	Rekapitulasi tentang keputusan pembelian	69
Tabel 4.24	Regression Variabel Entered/removed	70
Tabel 4.25	Model Summary	71
Tabel 4.26	Koefisien korelasi	71
Tabel 4.27	Coefficients	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	22
Gambar 2.2 Proses pembelian konsumen	28
Gambar 4.1 Daerah Penentuan Ho Pada Uji Signifikasi	74



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabel kuisisioner tentang brand image
- Lampiran 3 Tabel kuisisioner tentang keputusan pembelian
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

