

**PENGARUH IKLAN MEDIA CETAK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL PINTAR  
IPHONE  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Mercubuana, Jakarta)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Herlich**

**NIM : 43114110251**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2016**

**PENGARUH IKLAN MEDIA CETAK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL PINTAR  
IPHONE**

**(Studi pada Mahasiswa Universitas Mercubuana, Jakarta)**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Herliah**

**NIM : 43114110251**

**Program Studi Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herlih

NIM : 43114110251

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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, 09 Juli 2016



NIM : 43114110251

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Herliah  
NIM : 43114110251  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Media Cetak dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Pintar iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercubuana, Jakarta)  
Tanggal Lulus Ujian : 23 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing, Ketua Penguji  
**MERCU BUANA**  
   
Dr. Rina Astini, SE., MM Hesti Maheswari, SE., M.Si

Tanggal : 28/8 2016

Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi



S1 Manajemen,



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

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal :

Tanggal : 28/8 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Iklan Media Cetak dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Pintar iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercubuana, Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuasaan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Orang Tua tercinta, M.Toyib , Fauziah dan Ibu Mertua, Saminah yang tak pernah lelah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk Suami tercinta, Budi Eriyawan yang selalu memberikan semangat dan dukungannya, selalu sabar, selalu menjaga, menemani, membantu dan memberikan masukan kepada penulis. Seseorang yang menjadi tempat berbagi suka maupun duka. Semoga Allah SWT senantiasa

melindungi keluarga kita dan menjadi keluarga sakinah, mawaddah, warahmah sampai dikehidupan selanjutnya, aamiin.

3. Untuk Ananda kesayangan, Akhmad Alqorth, Naylazaski, Keysha Jacinta dan Calysta yang selalu membawa kebahagiaan, keceriaan dan semangat dalam keluarga kecil penulis.
4. Untuk Keluarga terkasih: Barliansyah, M. Badar, Holiday, Barnado, Vinarni dan Afriyanita. Terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Jajaran program studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Ibu Luna Haningsih, SE., ME, dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si selaku Sekertaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Untuk yang ter “special” adik Madhuri, saya haturkan banyak terimakasih atas bantuan, dukungan ,semangat dan juga perhatian yang telah diberikan kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat satu perjuangan dalam Skripsi: Angelina, Tiffani, Zaskia, Dwi Septiani, Santia, Fariska, Nika, Adam Rosadi, Sultan, Abdul Rohdi, dan Merlyn, yang selama kurang lebih 6 bulan bersama-sama menyelesaikan skripsi dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
11. Semua teman-teman manajemen S1 2014 dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat dan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohonkan maaf terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 09 Juli 2016



Herliah

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR .....	ISI
.....	vii
i	
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	10
2. Promosi .....	12
3. Iklan .....	16
4. Citra Merek .....	24
5. Keputusan Pembelian.....	36
B. Rerangka Pemikiran .....	43
C. Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
1. Waktu Penelitian .....	46
2. Tempat Penelitian.....	46
B. Desain Penelitian .....	47
C. Variabel dan Definisi Operasionalisasi Variabel .....	47
1. Variabel .....	47
2. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	48
D. Populasi dan Sampel .....	50
1. Populasi .....	50
2. Sampel.....	51
E. Jenis Data Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	52
G. Skala Pengukuran.....	52



H.	Metode Analisis .....	53
1.	Uji Validitas .....	53
2.	Uji Reliabilitas .....	54
3.	Metode Statistik .....	56
4.	Tahapan Analisis SEM.....	58
5.	Pengujian Hipotesis.....	65
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
1.	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
2.	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia .....	69
3.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	71
C.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	72
1.	Uji Validitas Variabel .....	72
2.	Uji Reliabilitas Variabel.....	78
3.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	80
4.	Uji Model Struktural .....	84
D.	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	86
E.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
A.	Simpulan.....	90
B.	Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Penjualan dari Toko .....	4
2.1	Penelitian Terdahulu .....	42
3.1	Operasionalisasi Variabel Iklan Media Cetak .....	49
3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	49
3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
3.4	Instrumen Skala Likert .....	53
3.5	Simbol Dalam Notasi Lisrel .....	57
3.6	Goodness of Fit Index .....	62
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	68
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden .....	69
4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	70
4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden .....	71
4.5	Uji Validitas Variabel Iklan Media Cetak .....	73
4.6	Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	75
4.7	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.8	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Non Modifikasi).....	81
4.9	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi).....	83
4.10	Hasil Uji Struktural Model Penelitian .....	85
4.11	Hasill Pengujian Hipotesis .....	87

## DAFTAR GAMBAR

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	
<b>Halaman</b>		
2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	38
2.2	Rerangka Pemikiran Teoritis.....	45
4.1	Model Pengukuran Variabel Iklan Media Cetak .....	73
4.2	Model Pengukuran Variabel Citra Merek .....	75
4.3	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.4	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Non Modifikasi).....	81
4.5	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Modifikasi) .....	83
4.6	Model Struktural (T-Value) .....	85

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	9
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden dan Jawaban Kuesioner	10
Lampiran 3	Output Karakteristik Responden	11
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel Penelitian	12
Lampiran 5	hasil Kecocokan Keseluruhan Model Penelitian	12
Lampiran 6	Model Struktural (Uji T-Value)	12