

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PERSEPSI HARGA
DAN FITUR PRODUK TERHADAP MINAT BELI
HANDPHONE REALME**

SKRIPSI



NAMA : Zainal Aripin

NIM : 43117110349

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PERSEPSI HARGA DAN
FITUR PRODUK TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE
REALME**

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



NAMA : Zainal Aripin

NIM : 43117110349

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zainal Aripin
Nim : 43117110349
Program : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil 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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2023



Zainal Aripin

Nim: 43117110349

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zainal Aripin
Nim : 43117110349
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian : Pengaruh *Brand Ambassador*, Persepsi Harga dan Fitur Produk
terhadap Minat Beli Handphone Realme
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2023

Mengesahkan

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE,MM, Ph.D

MERCU BUANA

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nurul Hidayah, M.Si,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dudi Permana, MM, Ph.D

LPTA 08232689



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, persepsi harga dan fitur produk terhadap minat beli *handphone* Realme. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang mengetahui atau pernah melihat *smartphone* merek Realme di Jakarta. Sedangkan sampel sebanyak 145 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu masyarakat yang mengetahui atau pernah melihat *smartphone* merek Realme di Jakarta. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Adapun metode analisis yang digunakan adalah *structural equation modelling* dengan *software partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Realme, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Realme dan fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Realme

Kata Kunci: Minat Beli, *Brand Ambassador*, Harga, Fitur Produk



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand ambassadors, price perceptions and product features on buying interest in realme mobile phones. In this study, the population is consumers who know or have seen Realme brand smartphones in Jakarta. While a sample of 145 respondents used a purposive sampling method, namely people who know or have seen Realme brand smartphones in Jakarta. Collecting data in this study using a questionnaire with a Likert scale. The analytical method used is structural equation modeling with partial least squares (PLS) software. The results of this study indicate that brand ambassadors have a positive and significant influence on buying intentions of Realme smartphones, price perceptions have a positive and significant effect on buying intentions of Realme smartphones and product features have a positive and significant effect on buying intentions of Realme smartphones.

Keyword: Buying Interest, Brand Ambassador, Price, Product Features



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador*, Persepsi Harga dan Fitur Produk Terhadap Minat Beli *Smartphone Realme*”**.

Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Dalam penyusunan penelitian skripsi ini penulis menyadari skripsi masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan baik dalam metode penyusunan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Penyusunan penelitian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing penelitian skripsi yang telah membantu membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat dan motivasi serta waktu yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr.Eri Mapala,SE, MM Selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya hanya manusia biasa, bahwa penelitian skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 16 Agustus 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Zainal Aripin', is written over a white background.

Zainal Aripin

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>).....	7
2. Minat Beli.....	9
3. <i>Brand Ambassador</i>	12
4. Persepsi Harga	15
5. Fitur Produk.....	18
B. Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Penelitian Terdahulu.....	20
2. Hubungan antar Variabel.....	22
3. Rerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian	25
B. Desain Penelitian	25

C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	26
1.	Definisi Variabel.....	26
2.	Definisi Operasional Variabel	28
D.	Skala Pengukuran Variabel	29
E.	Populasi dan Sampel.....	30
1.	Populasi Penelitian	30
2.	Sampel Penelitian	31
F.	Metode Pengumpulan Data	32
G.	Metode Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
A.	Analisis Deskriptif.....	41
1.	Deskripsi Responden	45
2.	Deskripsi Variabel	45
B.	Hasil Analisa Data.....	49
1.	Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	49
2.	Evaluasi Model Struktur/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	54
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
1.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli.....	59
2.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	60
3.	Pengaruh Fitur Produk terhadap Minat Beli.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
A.	Simpulan.....	63
B.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2022	2
Tabel 1.2. Hasil Pra Survey	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional	28
Tabel 3.2 Skala Penilaian Kuesioner	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status	42
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	43
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Jawaban Minat Beli.....	44
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Jawaban <i>Brand Ambassador</i>	45
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Jawaban Persepsi Harga	47
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Jawaban Fitur Produk.....	48
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	49
Tabel 4.11 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	50
Tabel 4.12 Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i>	51
Tabel 4.13 <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	52
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
Tabel 4.15 Hasil <i>R-Square</i>	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	55
Tabel 4.17 Hasil Evaluasi Model Fit.....	55
Tabel 4.18 Hasil Evaluasi HTMT	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Market Share <i>Smartphone</i> April 2022	3
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran Penelitian	24
Gambar 4.1 PLS Algoritma.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	71
Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model.....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Inner Model.....	91

