

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA PRODUK
TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE NOKIA LUMIA DI
WILAYAH KAPUK JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

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



Nama : Heru Purwanto

NIM : 43113010152

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Heru Purwanto
NIM : 43113010152
Program Studi : S1 Manajemen

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Heru Purwanto
NIM: 43113010152

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Heru Purwanto
NIM : 43113010152
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap
Minat Beli Handphone Nokia Lumia di wilayah
Kapuk Jakarta Utara
Tanggal Lulus Ujian : 30 agustus 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yuli Harwani, MM

Tanggal : 30 agustus 2017



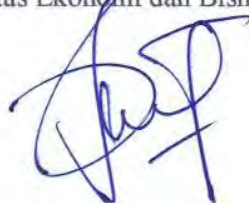
Ketua Penguji



Dr. Aty Herawati M.Si

Tanggal : 30 agustus 2017

Dekan,
(Fakultas Ekonomi dan Bisnis)



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 30 agustus 2017

Ketua Program Studi
Manajemen S1,



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 30 agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE NOKIA LUMIA DI WILAYAH KAPUK JAKARTA UTARA”**. Adapun penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta. Proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari sumbangsih berbagai pihak yang telah memberi dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mochamad Soelton Ibrahim, S.Psi., MM selaku Sekertaris I program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekertaris II Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitass Mercu Buana
6. Ibu Dra. Yuli Harwani., MM selaku dosen pembimbing dalam menyusun Skripsi ini, yang telah banyak memberi arahan dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Teman-teman FEB Mercu Buana angkatan 2013

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih kurang sempurna karena 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 mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 30 Agustus 2017

Heru Purwanto

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	6
1. Manajemen Pemasaran	6
2. Pengertian Citra Merek	8
3. Pengertian Harga	11
4. Pengertian Minat Beli	16
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Konseptual	22
D. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
1. Waktu Penelitian	26

2. Tempat Pelaksanaan	26
B. Desain Penelitian	26
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	27
1. Definisi Variabel	27
2. Definisi Operasional.....	29
D. Populasi dan Sempel	31
1. Populasi	31
2. Sample.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Metode dan Analisis Data	32
1. Statistik Deskriptif.....	32
2. Uji Kualitas Data	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
3. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas Data	34
b. Uji Multikolinieritas.....	35
c. Uji Heterokedastisitas	36
4. Statistik Deskriptif.....	37
5. Analisis Regresi.....	37
6. Uji Hipotesis	
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	38
b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	39
c. Koefisiensi Determinasi (Adj. R ₂)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN	
A. Data dan Profil Objek Penelitian	40
1. Karakteristik Profil Responden	41
2. Karakteristik Profil Jawaban Responden	43
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	44
C. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Hasil Uji Validitas	51

2. Hasil Uji Reliabilitas	53
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Hasil Uji Normalitas.....	54
2. Hasil Uji Multikolenieritas.....	55
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
a. Pendekatan Grafik (<i>Scatter Plot</i>)	56
b. Pendekatan Statistik (Uji Glejser).....	57
E. Hasil Uji Hipotesis	58
1. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	59
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	60
F. Pembahasan Hasil Penelitian	61
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Mina Beli	61
2. Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Nokia	2
Tabel 1.2 Penurunan Penjualan Nokia	3
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	27
Tabel 3.1 Operational Variabel	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Citra Merek	44
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga Produk	46
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Minat Beli	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga Produk	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat Beli	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.12 Hasil Tabel Kolomogorov-sminov	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.14 Pendekatan Statistik (Uji Glejser)/regresi berganda	57
Tabel 4.15 Uji Determinasi (R ²)	59
Tabel 4.16 Hasil Uji F	60
Tabel 4.17 Hasil Uji T	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Grafik ScatterPlot Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	88
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	91
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	93
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	97
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	102

