

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BLACKBERRY
SMARTPHONE
(Studi Kasus pada Pengguna Blackberry di Jakarta Barat)**

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

Nama : Tutut Qirana

NIM : 43113110135

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tutut Qirana

Nim : 43113110135

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Juli 2015



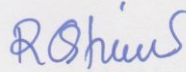
Tutut Qirana
NIM : 43113110135

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tutut Qirana
Nim : 43113110135
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Smartphone (Studi Kasus pada Pengguna Blackberry di Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 12/8 2015

Ketua Penguji,



Yuhasril, SE., ME.

Tanggal : 30-7-2015

MERCU BUANA

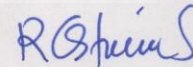
Dekan,



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

Tanggal : 12-08-2015

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 12/8 2015

DAFTAR ISI

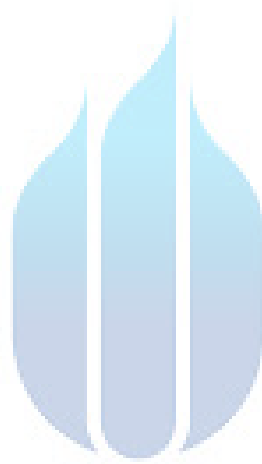
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pemasaran.....	13
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
3. Komponen Bauran Pemasaran	14
4. Produk.....	15
a. Tingkat Produk	15
b. Klasifikasi Produk	16
c. Atribut Produk	17
5. Definisi Merek (<i>Brand</i>).....	19
6. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
a. Manfaat Citra Merek	23
b. Indikator Citra Merek.....	25
7. Kepercayaan Merek.....	25
a. Indikator Kepercayaan Merek	27
8. Keputusan Pembelian	28
a. Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	32
b. Indikator Keputusan Pembelian	33
9. Penelitian Terdahulu.....	33
B. Rerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan tempat penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38

C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
1.	Definisi Variabel	39
2.	Operasionalisasi Variabel.....	40
D.	Pengukuran Variabel	42
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
1.	Populasi Penelitian	44
2.	Sampel Penelitian.....	45
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
G.	Metode Analisis.....	47
1.	Analisis Kuantitatif	47
2.	Uji Kualitas Data.....	47
a.	Uji Validitas	47
b.	Uji Reabilitas.....	48
3.	Uji Asumsi Klasik	49
a.	Uji Normalitas	49
b.	Uji Multikolonieritas	50
c.	Uji Heteroskedastisitas	51
4.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	51
5.	Uji Hipotesis	53
a.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
b.	Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t).....	53
c.	Uji Signifikansi Simultan (uji F)	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
1.	Tempat dan Waktu Penelitian	56
2.	Karakteristik Profil Responden	57
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	59
d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	60
C.	Hasil Uji Kualitas Data.....	83
1.	Hasil Uji Validitas	83
2.	Hasil Uji Reabilitas	85
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
1.	Hasil Uji Normalitas.....	87
2.	Hasil Uji Multikolonieritas.....	88
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
E.	Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	90
1.	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	90
F.	Hasil Uji Hipotesis	91

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t).....	92
3. Uji Signifikansi Simultan (uji F).....	93
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

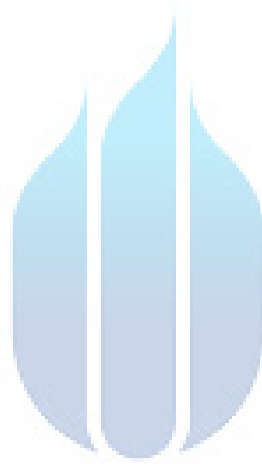


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	41
3.2	Instrumen Skala Likert.....	43
4.1	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
4.4	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.5	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,1}$	61
4.6	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,2}$	61
4.7	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,3}$	62
4.8	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,4}$	63
4.9	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,5}$	63
4.10	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,6}$	64
4.11	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,7}$	65
4.12	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,8}$	65
4.13	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,9}$	66
4.14	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,10}$	67
4.15	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{1,11}$	68
4.16	Tabel Rekapitulasi Kuesioner Variabel X_1	69
4.17	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{2,1}$	70
4.18	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{2,2}$	71
4.19	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{2,3}$	72
4.20	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel $X_{2,4}$	73
4.21	Tabel Rekapitulasi Kuesioner Variabel X_2	74
4.22	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_1	75
4.23	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_2	76
4.24	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_3	77
4.25	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_4	77
4.26	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_5	78
4.27	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_6	79
4.28	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_7	80
4.29	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Y_8	81
4.30	Tabel Rekapitulasi Kuesioner Variabel Y	82
4.31	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	83
4.32	Hasil Uji Reabilitas Citra Merek (X_1).....	85
4.33	Hasil Uji Reabilitas Kepercayaan Merek (X_2).....	86
4.34	Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.35	Hasil Uji Normalitas	87
4.36	Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
4.37	Persamaan Regresi Linear Berganda	90

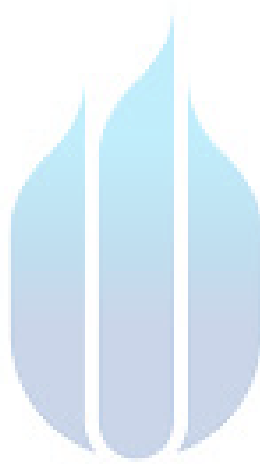
4.38	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.39	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	93
4.40	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

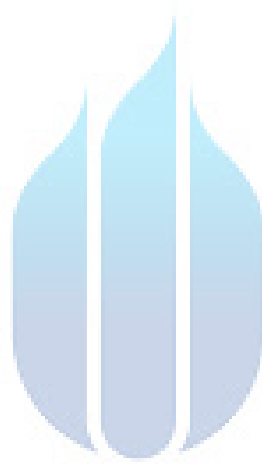
No.	Keterangan	Halaman
1.1	Grafik Penurunan Penjualan Blackberry.....	6
1.2	Grafik Penjualan Sistem Operasi Mobile Berbagai Merek Handphone	7
1.3	Penurunan Saham Blackberry	8
2.1	Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Rerangka Pemikiran Penelitian	36
4.1	Grafik Scatterplot	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	Keterangan	
Lampiran 1	Kuesioner.....	104
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	106



UNIVERSITAS
MERCU BUANA