

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK,
KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KEMBALI SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG
(STUDI KASUS : PENGGUNA SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG DI
UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

SKRIPSI



NAMA : I Gede Aditya Agusta Yasa

NIM : 43111010032

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I Gede Aditya Agusta Yasa

NIM : 43111010032

Program Studi : 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 di kenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juli 2015



I Gede Aditya Agusta Yasa

NIM : 43111010032

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : I Gede Aditya Agusta Yasa
NIM : 43111010032
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk Terhadap Minat Beli Kembali Smartphone Android Samsung (Studi Kasus: Pengguna Smartphone android Samsung di Universitas Mercu Buana)
Tanggal Lulus Ujian : 13 Agustus 2015

Disahkan oleh:

Pembimbing,


Ketua Penguji



Endi Rekarti, SE., ME
Tanggal : 24/8 2015


Dr. Rina Astini SE., MM
Tanggal : 24/8 2015

Dekan,

Ketua Program Studi
Manajemen – S1,


Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA
Tanggal : 24/8/2015


Dr. Rina Astini SE., MM
Tanggal : 24/8 2015

KATA PENGANTAR

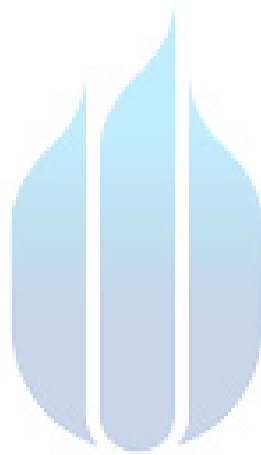
Segala puji kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, Keterlibatan Produk terhadap Minat Beli Kembali Smartphone Android Samsung (Studi Kasus Pengguna Smartphone Android Samsung di Universitas Mercu Buana)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penulis skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Endi Rekarti, SE., ME, 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 kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan ini terutama kepada :

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Saya Ketut Sunadi Yasa dan Ibu Saya Kompyang Misnawati yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Sodaraku tercinta Nyoman Andika, Ketut Aryamas, yang selalu memeberikan dukungan, motivasi serta semangat dengan sepenuh hati dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat tercinta Erwan Sudjadi, Perlinton Sitorus, Syaifullah Hakim, yang selalu mendukung , saran dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-temanku Hmj Manajemen S1 yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teamn sebimbangan Ricka, Lulu, Lola, Yossy, Budi yang telah meberikan bantuan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa berjumpa lagi di lain waktu. Amin.

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 mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 23 Juli 2015

I Gede Aditya Agusta Yasa

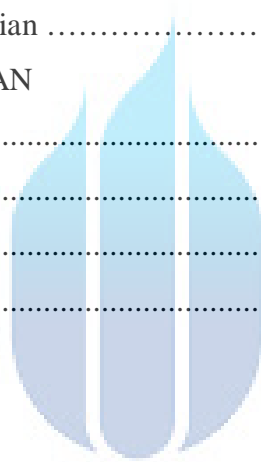
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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 Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
3. Pengertian Perilaku Konsumen	14
4. Pengertian Citra Merek	16
5. Dimensi Citra Merek	17
6. Pengertian Pengetahuan Produk	18
7. Indikator Pengetahuan Produk	21
8. Pengertian Keterlibatan Produk	23
9. Tingkat Keterlibatan Produk	24
10. Dimensi Keterlibatan Produk	24
11. Pengertian Minat Beli Kembali	25
12. Dimensi Minat Beli Kembali	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Pengaruh Antar Variabel	29

D. Rerangka Pemikiran	32
E. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi Dan Operasional Variabel	35
D. Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sample	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Kualitas Data.....	42
a. Uji Validitas	42
b. Uji Reliabilitas	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalitas Data	43
b. Uji Multikolonieritas	43
c. Uji Heteroskedastisitas	44
3. Uji Hipotesis	44
a. Uji T	44
b. Uji F.....	45
4. Regresi Linear Berganda	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian	46
2. Karakteristik Profil Responden	46
B. Analisis Variabel Deskriptif Penelitian	49
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrument Penelitian	66
1. Hasil Uji Validitas Variabel	66

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	68
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	70
1. Hasil Uji Normalitas	70
2. Hasil Uji Multikolonieritas	71
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
E. Hasil Uji Hipotesis	73
1. Hasil Uji T	73
2. Hasil Uji F	74
3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
F. Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	80
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>World Wide Smartphone Sales to Ends User by Vendor</i>	5
Tabel 1.2	<i>Top Brand Smartphone</i>	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2	Skala Likert	39
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2	Usia Responden	48
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Citra Merek 1	49
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Citra Merek 2	50
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Citra Merek 3	50
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Citra Merek 4	51
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Citra Merek 5	52
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Citra Merek 6	52
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Citra Merek 7	53
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk 1	54
Tabel 4.12	Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk 2	55
Tabel 4.13	Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk 3	55

Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk 4	56
Tabel 4.15	Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk 5	57
Tabel 4.16	Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk 1	58
Tabel 4.17	Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk 2	59
Tabel 4.18	Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk 3	60
Tabel 4.19	Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk 4	61
Tabel 4.20	Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk 5	62
Tabel 4.21	Analisis Deskriptif Minat Beli Kembali 1	63
Tabel 4.22	Analisis Deskriptif Minat Beli Kembali 2	64
Tabel 4.23	Analisis Deskriptif Minat Beli Kembali 3	65
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.28	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.29	Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4.30	Hasil Uji T.....	73
Tabel 4.31	Hasil Uji F.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72

