

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MERK, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI PONSEL OPPO CAMERAPHONE WILAYAH
SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

FERY ADI SETIYAWAN

B 100 110 167

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MERK, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI PONSEL OPPO CAMERAPHONE
DI SURAKARTA**

SKRIPSI

Oleh:

FERY ADI SETIYAWAN

B 100 110 167

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. M. NASIR MM)

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MERK, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI PONSEL OPPO CAMERAPHONE
DI SURAKARTA**



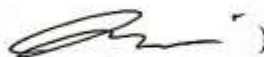
Oleh:

FERY ADI SETIYAWAN

B 100 110 167

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
pada hari Kamis, 22 Desember 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan penguji:

1. **Drs. M. Nasir MM** ()
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dr. Syamsudin, MM** ()
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Dr. Ihwan Susila, SE, MSi** ()
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan




(Dr. Syamsudin MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta- 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FERY ADI SETIYAWAN**
NIRM : **B 100 110 167**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MERK,
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PONSEL
OPPO CAMERAPHONE WILAYAH SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Oktober 2016
Yang membuat pernyataan,

(FERY ADI SETIYAWAN)

MOTTO

*“Sesuatu yang tidakbisa kalian kerjakan, itubukankarena kalian
bisaatautidakbisa, tapimauatautidakmau”*

(Manyoel)

*“orang boleh salah, agar dengan demikian ia berpeluang menemukan
kebenaran dengan proses autentiknya sendiri”*

(Emha Ainun Nadjib/Cak Nun)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan :

1. Allah SWT
(karena pertolongan-Nya lah rasa syukur ku ucapkan)
2. Papa dan Mama tercinta
(Terima kasih atas do'a, cinta, kasih sayang dan jerih payahnya kepada saya yang tak terhingga)
3. Kakak dan adik-adik saya tercinta
(terima kasih atas do'a dan dorongannya yang senantiasa menyertaiku)
4. Kekasih tersayang
(Terima kasih atas dukungan dan kasih sayangnya kepada saya setiap saat)
5. Semua sahabat yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan rekan-rekan seperjuanganku yang selalu menjadi motivasiku (Elian Alfaroy, Lahan Nur, Tri Cahyo, Narendra, Denny, Devi W, Aditya, M Yudha, Clara, dan semua keluarga besar Teater Ngirit yang sudah memberikan semangat serta dukungannya)
6. Almamaterku
(fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MERK, DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PONSEL OPPO CAMERAPHONE"** dengan dukungan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.Anton Agus Setyawan,SE,MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. M. Nasir MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan untuk menyelesaikan skripsi inidanjugaselakudosenPembimbing Akademik.
4. Seluruh staf pengajar dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Orang tua tercinta, ayahanda H. RochimAgusSuriptodanibundaHj. Suyatmiyang selalu memberikan do'a sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat serta kekasih tercinta JihanAlhani yang tiada henti memberi motivasi dan semangat.
7. Sahabat-sahabat serta teman-teman Diklat XVI - XXII dan keluarga besar “Teater Ngirit” terimakasih atas kebahagiaan dan pengalamannya “Salam Budaya...!!!”.
8. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Amin.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 Oktober 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. PerumusanMasalah	4
C. TinjauanPustaka	5
D. ManfaatPenelitian	5
E. SistematikaPembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Harga.....	8
2. Citra merek	9
3. Iklan	11
B. Penelitian Terdahulu	12
C. KERANGKA PEMIKIRAN.....	15
D. HIPOTESIS	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. METODOLOGI PENELITIAN.....	17
1. Metode Penelitian	17
2. Definisi Operasional	17

3. Metode Pengumpulan Data.....	20
4. Populasi dan Sampel.....	21
5. Data dan Sumber Data	22
6. Metode Analisis Data.....	22
7. Uji Asumsi Klasik.....	23
8. Analisis Regresi Linier Berganda	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Diskripsi Data	28
B. Analisis Data dan Pembahasannya.....	30
1. Uji Instrumen Data	30
2. Uji Asumsi Klasik.....	33
3. Uji Hipotesis	36
C. Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran-Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel IV.2 Karakteristik Usia Responden	29
Tabel IV.3 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden	29
Tabel IV.4 Rangkuman validitas instrumen untuk variabel Harga (X1)	31
Tabel IV.5 Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Citra Merek (X3)	31
Tabel IV.6 Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Iklan (X3).....	32
Tabel IV.7 Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Minat Beli Ponsel Oppo Cameraphone (Y).....	32
Tabel IV.8 Hasil Reliabilitas	33
Tabel IV.9 Hasil Pengujian Normalitas	34
Tabel IV.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas	35
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel IV.12 Rekapitulasi Regresi Berganda	37
Tabel IV.13 Uji t	38
Tabel IV.16 Uji F	42
Tabel IV.17 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALFAMART PABELAN

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Pabelan”. Adapun tujuan penelitian ini mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan meliputi aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), kebijakan (*policy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mini market Alfamart di Pabelan dan mengetahui serta menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada mini market Alfamart di Pabelan. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada mini market Alfamart dengan kriteria konsumen yaitu konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian suatu produk di mini market Alfamart. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji T. Analisis berganda digunakan untuk menganalisis dan memprediksi variabel kriteria dari beberapa nilai variabel pemrediksi. Berdasarkan dari uji F dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ hal ini menunjukkan bahwa variabel aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), kebijakan (*policy*) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pemecahan masalah, dimana variabel independen dapat menerangkan variabel dependen di Alfamart Pabelan.

Kata Kunci : Aspek fisik, Reliabilitas, Interaksi personal, Pemecahan masalah, kebijakan dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study entitled "Effect of Service Quality Customer Satisfaction At Alfamart Pabelan". The research aimed to know whether the variable quality of service includes the physical aspects (physical aspect), reliability (reliability), personal interaction (personal interaction), problem solving (problem solving), policy (policy) affects customer satisfaction at the mini market Alfamart in Pabelan and determine and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction in the mini market Alfamart in Pabelan. The sample in this study were taken by 100 respondents with accidental sampling technique sampling technique that is based on chance, anyone who by chance met with investigators at Alfamart mini market with consumer criteria that consumers who visit and make a purchase of a product in Alfamart mini market. Data analysis method used is multiple linear regression analysis, F test, T test multiple analysis is used to predict the criterion variable menganalisisi and of some value predictor variables. Berdasrkan of F test in which the value of $F > F_{table}$ it indicates that the variable aspects (physical aspect), reliability (reliability), personal interaction (personal interaction), problem solving (problem solving), policy (policy) with the same significant effect on consumer satisfaction. T test results showed that the variables most dominant influence on consumer satisfaction is variable problem-solving, where the independent variables can explain the dependent variable in Alfamart Pabelan.

Keywords: physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving, policy and consumer satisfaction.