

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PERSONALITAS
MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK PADA
LAPTOP HEWLLET PACKARD (HP)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

JUHAN TANJUNG A.
2009210651

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PERSONALITAS MEREK
TERHADAP PREFERENSI MEREK PADA LAPTOP HEWLLET
PACKARD (HP)**

Diajukan oleh :

JUHAN TANJUNG ARDIANSYAH

NIM : 2009210651

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :

Dra. Lindiawati, M.M.

S K R I P S I

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PERSONALITAS MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK PADA LAPTOP HEWLLET PACKARD (HP)

Disusun oleh :

JUHAN TANJUNG ARDIANSYAH

NIM: 2009210651

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M**

Sekretaris : **Dra. Lindiawati, M.M**

Anggota : **Dra. Ec. Aniek Maschudah I, M.Si**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : JUHAN TANJUNG ARDIANSYAH
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Februari 1990
N.I.M : 2009210651
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN
PERSONALITAS MEREK TERHADAP
PREFERENSI MEREK PADA LAPTOP
HEWLLET PACKARD (HP)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing.

Tanggal :

(Dra. Lindiawati, M.M.)

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal :

(Melliza Silvy,SE, M.Si)

MOTTO

Every difficulty was never the
end,, it just a curve

Dont waste your time

PERSEMBAHAN

- Pertama kali saya ucapkan, saya sangat bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan semua kehidupan pada saya, dan segala apa yang sudah diberikan pada diri saya. Hanya keajaiban-NYA yang membuat saya menjadi hebat dan kuat untuk menyelesaikan semua skripsi ini.

- Terima kasih sebesar-besarnya untuk mama dan almarhum papa saya. Dengan suport dan doanya yang tak henti-hentinya skripsi ini telah terlewati. MAMA dan PAPA, kalian lha orang tua yang hebat di dunia ini. I LOVE YOU.

- Buat keluarga saya. Tiara, Devan, Ana, Mbak Evi dan Mbak Emi, terima kasih atas dukungannya. Tiap pagi sudah dibangunkan untuk datang kekampus ngerjain revisi.

- Untuk dosen pembimbing saya, ibu Lindi terima kasih sebesar-besarnya atas bimbingannya selama ini. Ibu memang is the best, sering juga berbagi cerita tentang kehidupan.

- Buat Arindha Puput Suwandari. Terima kasih banyak ya buat dukungannya selama ini, setiap malem ditemani lewat telepon untuk mengerjakan skripsi.

- Terima Kasih buat Summa Tahta Lia, sudah tak tulis namamu dipersembahanku. Terima kasih sudah di ajari mengolah data. Terima kasih sudah bersabar, meskipun saya menjengkelkan dan sering tidak mengerti saat kamu menerangkan. Mahahaha.

- Untuk sahabat-sahabat saya : Ganang, Dias, Mat, Roni, Friska, Donna, Ilham, Sulfian, Vida, Satrio. Terima kasih banyak buat suportnya selama ini yang sudah banyak membantu untuk nemanin mengerjakan skripsi ini.

- Untuk teman-teman kampus saya satu angkatan Tio, Andrew, Luxcy, Meme, Dini, Ivan, Anggoro, dll (maav yang belum disebut). Terima kasih banyak mbak dan mas bro sudah bareng-bareng ngerjakan skripsi. Ngerjakan skripsi sambil nongkrong bareng-bareng. Berkesan banget banyak pengalaman bersama kalian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul “PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PERSONALITAS MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK PADA LAPTOP HEWLETT PACKARAD (HP)”

Meskipun melalui proses yang cukup panjang dan melelahkan, pada akhirnya penulis dapat memahami betapa penting arti sebuah pengorbanan dan doa demi tercapainya tujuan yang diinginkan.

Skripsi ini dapat diselesaikan tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan, nasehat serta bimbingan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr Dra. Psi. Hj. Tatik Suryani, M.M., selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dra. Lindiawati, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingannya hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Mellyza Silvy, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan pengarahan kepada penulis dalam setiap pemrograman mata kuliah setiap semester.
4. Ibu, Dr.Dra. EC. Iramani, M.Si selaku dosen wali yang memberi dukungan.
5. Dr. Basuki Rachmad, SE. M.M , Dra Aniek M.I, M.si,. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran agar lebih sempurnanya skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa kuliah.
7. Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah banyak membantu menyediakan literatur dan data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.

Penulis berharap semoga Allah SWT selalu berkenan melimpahkan rahmad-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih kurang dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN ENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Batasan Penelitian	27
3.3 Identifikasi Variabel	28
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	28
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6 Pengukuran Variabel Penelitian	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	34
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Penelitian	34
3.9 Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	41
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	41
4.2 Analisis Data	45
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian	62
5.3 Saran	62
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Data Top Brand Laptop 2012	2
Tabel 1.2 :	Data Top Brand Laptop 2013	3
Tabel 2.1 :	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	12
Tabel 3.1 :	Tabel kisi-kisi kuisioner	34
Tabel 4.1 :	Uji Validitas Data Kuesioner Sampel Kecil	41
Tabel 4.2 :	Uji Reliabilitas Data Kuesioner Sampel Kecil	41
Tabel 4.3 :	Interval Kelas	47
Tabel 4.4 :	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga	48
Tabel 4.5 :	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.6 :	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Personalitas Merek.....	49
Tabel 4.7 :	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Preferensi Merek.....	50
Tabel 4.8 :	Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.9 :	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.10 :	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.11 :	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.12 :	Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.13 :	Koefisien Determinasi Variabel Harga, Citra Merek dan Personalitas Merek terhadap Preferensi Merek.....	57
Tabel 4.14 :	Uji F Variabel Harga, Citra Merek dan Personalitas Merek terhadap Preferensi Merek	58
Tabel 4.15 :	Uji T Variabel Harga, Citra Merek dan Personalitas Merek terhadap Preferensi Merek	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 :	Kerangka pemikiran.....	25
Gambar 4.1 :	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	43
Gambar 4.2 :	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.3 :	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
Gambar 4.4 :	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan Perbulan.....	46
Gambar 4.5 :	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Output SPSS Uji Validitas pada Uji Try Out
- Lampiran 4 : Output SPSS Uji Reliabilitas pada Uji Try Out
- Lampiran 5 : Output SPSS Uji Validitas
- Lampiran 6 : Output SPSS Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Output SPSS Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8 : Output SPSS Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Output SPSS Uji Autokorelasi
- Lampiran 10 : Output SPSS Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 11 : Output SPSS Koefisien Determinasi
- Lampiran 12 : Output SPSS Uji F
- Lampiran 13 : Output SPSS Uji T

The effect of Price, Brand Image and Brand Personality toward Brand Preference of Laptop Hewllet Packard (HP)

ABSTRACT

The tittle of this research is “The effect of Price, Brand Image and Brand Personality toward Brand Preference of Laptop Hewllet Packard (HP)”, which aims to know the effect of marketing effort in affect image of a product. The object in this research is laptop because laptop are product that usually used by many people. Nowadays laptop are very usefull and have much variety. Price is one of the marketing mix element that requires a deep consideration by evaluate some price dimension. Brand image is defined as consumer perceptions against a brand. Brand personality is formed through the attitude of consumer to a certain brand.

Multiple linear regression with SPSS 19.0 program has been used to analyze the data collected from 120 customers of Laptop Hewllet Packard in Surabaya. Independent variable in this research are the effect of price(X1), brand image(X2) and brand personality (X3). To test the validity, significance of all the indicator variable value less than 0,05 so as to be valid.

The result of this research conducted that the effect of price significantly by 0.037. Significance value of brand image is 0.047, and significance value of brand personality is 0.000. Among this independent variable, brand personality has the biggest effect for brand preference.

Keywords : The effect of price, brand image, brand personality, brand preference, laptop Hewllet Packard