

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT MEMBELI HANDPHONE
BLACKBERRY 10 DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Bahri Zulkarnain
2010210711

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PERBANAS SURABAYA
2013**

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT MEMBELI HANDPHONE
BLACKBERRY 10 DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

BAHRI ZULKARNAIN
2010210711

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

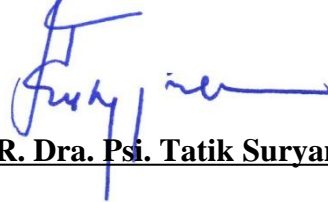
Tanggal :



Dra. Ec. Aniek Maschudah I, M.Si

Co. Dosen Pembimbing,

Tanggal :



Prof. DR. Dra. Psi. Tatik Suryani, MM

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT MEMBELI HANDPHONE
BLACKBERRY 10 DI SURABAYA**


Disusun oleh

BAHRI ZULKARNAIN
2010210711

Dipertahanka di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 20 Februari 2014


Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.



.....

Sekretaris : Dra. Aniek Maschudah I, M.Si.



.....

Anggota : Dr. Soni Harsono, M.Si.



.....

PENGESAHAN SKRIPSI

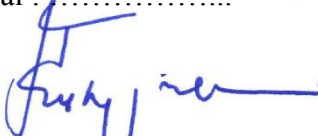
Nama : Bahri Zulkarnain
Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 04 September 1990
N.I.M : 2010210711
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Merek Mewah dan Citra Merek Terhadap Niat Membeli Handphone Blackberry 10 di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :


Dra. Ec. Aniek Maschudah I, M.Si

Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal :


Prof. DR. Dra. Psi. Tatik Suryani, MM

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal :


Mellyza Silvi, S.E., M.Si

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Semua yang telah terpendam merisaukan hati adalah jelas terlihat di hadapan-Nya.
Dan segala yang terang-terangan diucapkan adalah rahasia
yang terpendam dalam pengetahuan-Nya”

PERSEMBAHAN

ALHAMDULILLAH atas rachmat serta hidayah-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya ini akan dipersembahkan untuk :

- Kedua orang tuaku (H. Kamil & HJ. Habibah), yang telah memberikan dukungannya, motivasinya, dan doanya dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar dan tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.
- Saudara-saudaraku (Haydar & Aldo), kakek dan nenekku, tante dan pamanku. Terimakasih karena kalian telah menyayangiku sejak aku dilahirkan di bumi ini.
- Cenyalaku (Nia Triwindari). Terimakasih karena kau selalu senantiasa menemani dan menyemangati hari-hari sibukku dalam menyusun tugas akhir ini.
- Teman-teman terdekatku (Mamat, Halimi, Galihna, Sabiet, Faishol, Eros, Robet, Imenk, DLL.) Terimakasih atas segala bantuannya selama ini.
- Segenap jajaran akademisi STIE Perbanas Surabaya. Terimakasih karena kalian aku siap menghadapi dunia yang penuh dengan tantangan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MEREK MEWAH DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT MEMBELI HANDPHONE BLACKBERRY 10 DI SURABAYA”**. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa ada dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Aniek Maschudah dan Ibu Tatik Suryani yang telah memberikan masukan yang berarti dalam proses pengerjaan dan penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan hasil penelitian ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun untuk kebaikan makalah ini sangat penulis harapkan. Harapan penulis semoga makalah ini dapat segera diselesaikan menjadi sebuah skripsi dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.

Surabaya, 15 April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Kuang-peng Hung and Annie Huiling Chen (2011)....	11
2.1.2 Reza Jalilvand and Neda Samiei (2011).....	14
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Penelitian	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Batasan Penelitian	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel.....	32
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Data dan Metode Pengumpulana Data	35
3.7.1 Data	35
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	35

3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	36
3.8.1	Uji Validitas.....	36
3.8.2	Uji Realibilitas.....	37
3.9	Teknis Analisis Data.....	38
3.9.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	38
3.9.2	Analisis Statistik.....	39
3.9.3	Analisis Infrensial Untuk Menguji Hipotesis.....	39
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELTIIAN DAN ANALISIS DATA ..		47
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	47
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasakan Pekerjaan	48
4.2	Analisis Data	49
4.2.1	Uji Validitas	49
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.2.3	Analisis Deskriptif	55
4.2.3.1	Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Merek Mewah	56
4.2.3.2	Analisis Tanggapan Responden Terhdap Variabel Citra Merek	57
4.2.3.3	Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Membeli	58
4.2.4	Regresi Linier Berganda	63
4.3	Pengujian Hipotesis	66
4.3.1	Uji Simultan (Uji F)	66
4.3.2	Uji Parsial (Uji t)	67
4.4	Pembahasan	70
4.4.1	Pengaruh Persepsi Merek Mewah Terhadap Niat Membeli Pada Pengguna Blackberry 10 di Surabaya.....	70
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Membeli Pada Pengguna Blackberry 10 di Surabaya	72
BAB V PENUTUP		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Keterbatasan Penelitian	74
5.3	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Handphone Dari Beragam Vendor Tahun 2012.....	6
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sekarang dengan Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Kisi-kisi Kuesioner	32
Tabel 4.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 - 4.5 Pengujian Validitas Sampel Kecil	50
Tabel 4.6 - 4.9 Pengujian Validitas Sampel Besar.....	53
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	54
Tabel 4.11 Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	54
Tabel 4.12 Interval Kelas Variabel	56
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel bebas	56
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel bebas	57
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Terikat.....	59
Tabel 4.16 Perhitungan Persamaan Regresi.....	64
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Simultan	57
Tabel 4.18 Analisis Uji Simultan	66
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Parsial.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafis Pendapatan dan Margin Operasi	5
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian Hung and Chen et al. (2011).....	12
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Reza Jalilvand and Neda Samiei (2011).....	14
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian	25
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji F.....	38
Gambar 3.2	Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Uji t Sisi Kiri	40
Gambar 3.3	Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Uji t Dua Sisi.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2 : Tabulasi Data
- LAMPIRAN 3 : Karakteristik Responden
- LAMPIRAN 4 : Validitas Sampel Kecil dan Besar
- LAMPIRAN 5 : Reliabilitas Sampel Kecil
- LAMPIRAN 6 : Reliabilitas Sampel Besar
- LAMPIRAN 7 : Analisis Deskriptif
- LAMPIRAN 8 : Uji Normalitas
- LAMPIRAN 9 : Uji F dan t

*INFLUENCE OF LUXURY BRAND PERCEPTION AND BRAND IMAGE
ON PURCHASE INTENTION OF BLACKBERRY 10
MOBILE PHONE IN SURABAYA*

ABTRACT

In this modern and global era, branding is important. Benefits and basic of branding still the same, but competitive in this era has increasing because the new products and new companies appear. More innovative products and newest product, society must be choose that brand. It happens to the products of cellular phones as well, Blackberry's company launched the mobile phone Blackberry 10, but its not only Blackberry launch the product. The competitor has launched the product too, and Blackberry 10 has decreasing of sales at 2012. Therefore, has focused on the product of Blackberry's, the name is Blackberry 10 about influence of luxury brand perception and brand image on purchase intention of mobile phone Blackberry 10 in Surabaya. The method used research is quantitative methode of primary data with questionnaire.

Key-Words : Luxury Brand Perception, Brand Image, Purchase Intention