

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN  
PENGARUH SOSIAL TERHADAP NIAT BELI SAMSUNG  
GALAXY S-SERIES BAGI PELANGGAN DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**MUHAMMAD FARIS**  
**2010210715**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2015**

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN  
PENGARUH SOSIAL TERHADAP NIAT BELI SAMSUNG  
GALAXY S-SERIES BAGI PELANGGAN DI SURABAYA**

Di ajukan oleh :

**MUHAMMAD FARIS**  
**2010210715**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 24-6-2015



**(Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.)**

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP NIAT BELI SAMSUNG GALAXY S-SERIES BAGI PELANGGAN DI SURABAYA

Disusun oleh :

**MUHAMMAD FARIS**

**2010210715**

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

Tim Penguji

Ketua : ( Dra. Lindiawati, MM )




.....

Sekretaris : ( Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si )



.....

Anggota : ( Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom., MH. )



.....

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Faris  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 06 November 1989  
N.I.M : 2010210715  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, dan Pengaruh Sosial terhadap Niat Beli Samsung Galaxy S-Series Bagi Pelanggan di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal : 16-10-2015



(Dr. Muazaroh, SE., MT)

Dosen Pembimbing

Tanggal : 21-9-2015



(Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.)

## “ MOTTO DAN PERSEMBAHAN ”

*Sepucuk kata-kata saya persembahkan untuk orang-orang yang  
saya cinta dan saya sayangi sehingga saya bisa  
menyelesaikan pendidikan hingga bangku kuliah.*

***ALHAMDULILAH YA ALLAH***

### **Untuk Mama & Abi Tercinta**

Terima kasih sudah mau melahirkan ku di dunia ini

Terima kasih sudah menyayangiku

Terima kasih sudah mau memberikan ku nama yang baik

Terima kasih sudah memberikan pendidikan agama dan pendidikan yang baik & berakhlak.

Terima kasih engkau telah mendoakanku

Terima kasih engkau telah Meneteskan airmata, keringat, hingga darah untuk melihat perjuanganku Sampai saat ini.

Aku sebagai anak hanya bisa minta dan memanjatkan doa Kepada Allah SWT akan ampunan yang dijanjikan oleh Allah untuk kedua Orang tua dari anaknya yang sholeh, insyaAllah...

**Adikku Shania** Terima kasih dukungan & doanya sukses buat kamu ya nia.

**Jiddah Umik & Baba tercinta,** Terima kasih dukungan dan doanya.

**Keluarga besar JAMROCK (Jamaah Rock)** yang sudah memberikan semangat dan dorongannya agar kehidupan semakin menjadi berwarna...hahahahaha “ Yoyoi ” : Ali Zaenal Abidin (*Si bob boboho*), Pak Dosen Kafi Ramadhani (*Si Arca*), Humam Farid (*Buleleng cap kapak*), Nadir Nahdi (*Saudi tegang*), Said Alamudi (*Kecoak buntung*).

**Pak Soni, Pak Bas, Pak Roni, Bu Tatik, Bu Linda, Bu Aniek**

Terima kasih banyak atas Ilmu yang diberikan, memberikan contoh Yang mudah dipahami. Terima Kasih.

**Teman – teman STIE Perbanas Surabaya angkatan 2010**, Terima kasih kepada kalian yang sudah memberikan warna dalam kehidupanku di kampus tercinta STIE Perbanas. Sharing pengalaman, ilmu, manis dan pahit kehidupan yang telah kita jalani di STIE Perbanas sudah bersama kita lalui, semoga dalam menempuh masa depan nanti kita semua menjadi seseorang yang bisa membanggakan diri kita sendiri, dihadapan orang-orang yang kita sayangi dan menjadi lebih baik.

**Terima kasih teman-teman kelas pemasaran angkatan 2010** menjadi luar biasa berkesan dan penuh tantangan bersama kalian semua.

**“ SEBESAR KESADARANMU, SEBESAR ITU KEUNTUNGANMU . . . ”**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menolong hamba-Nya menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, dan Pengaruh Sosial terhadap Niat Beli Samsung Galaxy S-Series Bagi Pelanggan di Surabaya”. Tanpa pertolonganmu ya Allah, mungkin penyusun tidak akan sanggup menyelesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memenuhi satu syarat penyelesaian program pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Manajemen, dengan Konsentrasi Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, tetapi semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat ilmu bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa jurusan manajemen konsentrasi pemasaran dalam memahami konsep tentang, citra merek, pengetahuan produk, pengaruh sosial dan niat beli.

Pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin selaku pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT. selaku ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

3. Dra. Ec. Aniek Maschudah M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat, saran, hingga kebaikan yang dapat menjadikan sumber inspirasi dan membangun karakter penulis sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Mellyza Silvi, SE. MSi., selaku penganti Dosen Wali yang telah memberikan banyak dukungan, saran, doa, dan bimbingan yang sangat berarti terutama pada masa-masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
5. Ibu Dra. Lindiawati MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Dr. Ronny S.Kom. M.Kom. MH., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Tatik Suryani, Psi. MM. dan Bapak Dr. Basuki Rahmat, SE., MM. dan Bapak Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen mata kuliah konsentrasi Pemasaran yang telah membantu penulis dalam memahami tentang teori, konsep, hingga praktek mengenai marketing selama penulis belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
8. Seluruh dosen pengajar, karyawan akademik, keuangan, kemahasiswaan, karyawan perpustakaan dan pramubakti STIE Perbanas Surabaya.



9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Sekian kata yang bisa penulis buat untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Sedikit dan banyaknya kata yang salah pada skripsi ini, saya memohon maaf sebesar-besarnya dan semoga bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan Kesempurnaan hanyalah milik Yang Maha Sempurna, yaitu Allah “Azza wa Jalla” dan kesalahan dan ketidak sempurnaan hanyalah milik penulis selaku ciptaan-Nya. Terima Kasih.

Surabaya, 10 Mei 2015

Penyusun

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Batasan Penelitian .....	26
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	26
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.6 Penyusunan Instrumen Penelitian .....	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	33
3.9 Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	38
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	38
4.2 Analisis Data.....	42
4.3 Pembahasan.....	57

BAB V	PENUTUP .....	64
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3	Saran.....	65

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1.	Data Perbandingan Penjualan Smartphone	2
Tabel 2.1.	Perbedaan Peneliti Terdahulu Dan Sekarang	17
Tabel 3.1.	Kisi – Kisi Kuesioner	32
Tabel 4.1.	Katagori Rata-Rata (Mean) Variabel Bebas Dan Terikat	43
Tabel 4.2.	Penilaian Variabel Citra Merek	43
Tabel 4.3.	Penilaian Variabel Pengetahuan Produk	45
Tabel 4.4.	Penilaian Variabel Pengaruh Sosial	46
Tabel 4.5.	Penilaian Variabel Niat Beli	47
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	49
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Sampel Besar	50
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	50
Tabel 4.9.	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	51
Tabel 4.10.	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.11.	Hasil Koefisien Determinasi Simultan	54
Tabel 4.12.	Hasil Koefisien Korelasi Dan Determinasi Parsial	55
Tabel 4.13.	Hasil Analisis Uji F	56
Tabel 4.14.	Hasil Analisis Uji T	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 1.1.	Data Penjualan Samsung Galaxy S - Series	4
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran Xuemei Bian Dan Luiz	14
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran Kuang-Peng Hung Et Al	16
Gambar 2.4.	Kerangka Penelitian Muhammad Faris	24
Gambar 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
Gambar 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Gambar 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	: Koesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Data Sampel Kecil Dan Sampel Besar
Lampiran 3	: Uji Rata-Rata Responden
Lampiran 4	: Uji Validitas Sampel Kecil
Lampiran 5	: Uji Reliabilitas Sampel Kecil
Lampiran 6	: Uji Validitas Sampel Besar
Lampiran 7	: Uji Reliabilitas Besar
Lampiran 8	: Uji Multiple Regression Analyse
Lampiran 9	: Jadwal Penulisan Skripsi

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE AND SOCIAL INFLUENCES ON PURCHASE INTENTION SAMSUNG GALAXY S SERIES FOR CUSTOMERS IN SURABAYA*

**ABSTRACT**

*In the era of today's modern communication technology, development and innovation becomes more intense, made the brand image is very important for the company to capture the broader market as well in this competition era, product knowledge and social influences also be important in meeting the needs of customer's. The Samsung criteria into top Smartphone vendor sales after launching its first Galaxy S Series in 2010 and sales declined in 2013, then, this study focused on the types of products Samsung Galaxy S Series on the influence of brand image, product knowledge, and social influences on purchase intention Samsung Galaxy S Series for customer's in the city of Surabaya, Indonesia. Research method used is a quantitative method of primary data with questionnaire and distributed to one hundred twenty respondents.*

*The results of this study demonstrate that the partial significant positive effect on brand image to customer's on purchase intention, but product knowledge no significant effect on purchase intention, and social influence significant positive effect on purchase intention. The results of this study indicate that simultanly brand image, product knowledge, social influence significant positive effect on customer's purchase intention. The results showed, if the brand image and increase social influence, then, would be to increase purchase intention.*

**Key-words:** *Brand Image, Product Knowledge, Social Influence, Purchase Intention.*