

ANALISIS MINAT BELI SMARTPHONE BLACKBERRY
DI PLAZA MARINA SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

HADYAN FARIS Satria Perdana
1012310189 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2017

SKRIPSI

ANALISIS MINAT BELI SMARTPHONE BLACKBERRY

DI PLAZA MARINA SURABAYA

Disusun Oleh :

HADYAN FARIS SATRIA PERDANA
1012310189 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 7 April 2017

Pembimbing :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika Kw. MM

Tim Penguji :

Ketua

Dr. Ali Maskun. SE. Msi

Sekretaris

Dra. Ec. Mei Retno A. Msi

Anggota

Dra. Ec. Nuruni Ika Kw. MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 195908281990031001

SKRIPSI

ANALISIS MINAT BELI SMARTPHONE BLACKBERRY

DI PLAZA MARINA SURABAYA

Disusun Oleh :

HADYAN FARIS SATRIA PERDANA
1012310189 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 7 April 2017

Pembimbing :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika Kw. MM

Tim Penguji :

Ketua

Dr. Ali Maskun. SE. Msi

Sekretaris

Dra. Ec. Mei Retno A. Msi

Anggota

Dra. Ec. Nuruni Ika Kw. MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Analisis Minat Beli SmartPhone Blackberry Di Plaza Marina Surabaya” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian program studi Pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terimakasih yang mendalam kepada :

1. Ayah dan Ibu, tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
2. Usnul Kasanah, terima kasih atas doa dan dukungannya.
3. Ibu Dra. Nuruni Ika Kw. MM, selaku Dosen pembimbing.
4. Ibu Dra. Mei Retno A. Msi , selaku Dosen penguji.
5. Bapak Dr. Ali Maskun. SE. Msi
6. Ibu Dra. Ec. Kustini. Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen.
7. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur. MM, selaku Dekan Fskultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
8. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
9. Ipung Margono yang selalu menghibur dan menemani serta memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 20 Juni 2017
Penulis,

Hadyan Faris Satria Perdana

DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN	
1.1.	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.	Perumusan Masalah	6
1.3.	Tujuan Penelitian	6
1.4.	Manfaat Penelitian	6
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	7
2.2.	Landasan Teori.....	9
2.2.1.	Arti dan Pentingnya Pemasaran	9
2.2.1.1.	Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.1.2.	Pengertian Konsep Pemasaran.....	12
2.2.1.3.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.2.1.4.	Pengertian dan Karakteristik Jasa	15
2.2.2.	Ekuitas Merek.....	16
2.2.2.1.	Kesadaran Merek	17
2.2.2.2.	Kesan Kualitas	20
2.2.2.3.	Asosiasi Merek.....	21
2.2.2.4.	Loyalitas Merek	23
2.2.3.	Minat Beli Konsumen	26
2.2.3.1.	Pengertian Minat Beli Konsumen	26
2.2.3.2.	Indikator-Indikator dari Minat Beli	27

2.2.4. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli	28
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Hipotesis	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1. Definisi Operasional	35
3.1.2. Pengukuran Variabel	37
3.2. Teknik Penentuan Sampel	38
3.3. Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1. Jenis Data	39
3.3.2. Sumber Data	40
3.3.3. Pengumpulan Data	40
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4.1. Teknik Analisis	40
3.4.2. Model Indikator Reflektif Dan Indikator Formatif	42
3.4.2.1. Model Indikator Reflektif	42
3.4.2.2. Model Indikator Formatif	45
3.4.3. Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS)	48
3.4.4. Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS)	48
3.4.5. Langkah-langkah PLS	49
3.4.6. Asumsi PLS	51
3.4.7. Uji Validitas Dan Reliabilitas	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.1.2. Deskripsi Ekuitas Merek (X).....	54
4.1.2.1. Kesadaran merek (X_1).....	54
4.1.2.2. Kesan Kualitas (X_2)	55
4.1.2.3. Asosiasi Merek (X_3).....	56
4.1.3. Keputusan Pembelian (Y)	57
4.2. Analisis Data	59
4.2.1. Model Pengukuran PLS	59
4.2.2. Outer Loading (Model Pengukuran dan Validitas) .	59
4.2.2.1. First Order (Model Pengukuran Variabel dengan Dimensi).....	59
4.2.2.2. Second Order (Model Pengukuran Dimensi dengan Indikator)	60
4.2.3. Uji Inner Model (Pengujian Model Struktural)	64
4.3. Pembahasan	66
4.3.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Ekuitas Merek (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

ANALISIS MINAT BELI SMARTPHONE BLACKBERRY DI PLAZA MARINA SURABAYA

Oleh :

Hadyan Faris Satria Perdana

Abstraksi

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diketahui bahwa nilai top brand indeks untuk Smartphone merek Blackberry pada tahun 2013 - 2015 menduduki peringkat kedua, setelah Samsung. Dari tahun 2013 - 2014 nilai top brand indeks Smartphone merek Blackberry mengalami kenaikan sebesar (5,3%), selanjutnya pada tahun 2014 - 2015 Smartphone merek Blackberry mengalami penurunan sebesar (19,6%). Dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa hasil penjualan Smartphone Blackberry (triwulan) di CyberOne Cell Plaza Marina Surabaya yang cenderung mengalami penurunan dalam 2 triwulan periode Jan - Juni 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli Smartphone Blackberry di Plaza Marina Surabaya.

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara langsung pada seluruh orang yang datang ke Plaza Marina Surabaya, dan berniat melakukan pembelian Smartphone Blackberry yang menjadi sampel. Skala pengukuran yang digunakan adalah likert dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-5. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria- kriteria tertentu. Dengan demikian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) untuk melihat pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Ekuitas merek mampu meningkatkan minat beli Smartphone Blackberry di Plaza Marina Surabaya.

Kata Kunci: Ekuitas Merek dan Minat Beli