

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rimon Agustamas  
N.I.M : 20160501049  
Konsentrasi : Marketing Communication  
Judul : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

Jakarta, 31 Januari 2020

Ketua Bidang Konsentrasi

Pembimbing Skripsi

( Euis Nurul B, S.E, M.Si)

(Euis Nurul B, S.E, M.Si)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Rimon Agustamas

NIM : 20160501049

Program Studi : Marketing Communication

Judul Skripsi : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi , Universitas Esa Unggul.

## TIM PENGUJI

Pembimbing : Euis Nurul B, S.E, M.Si ( )

Penguji : Ikbal Rachmat, ST,MT ( )

Penguji : Drs.Abdurrahman Jemat M.S ( )

Ditetapkan di :

Ketua Program Studi : Euis Heryati, S.Sos. MM, M.Ikom ( )

Tanggal :

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Pantur Panggabean dan Ibu Hertaty Sitompul S.Pd yang telah memberikan doa bantuan dukungan material moral dan support.
2. Bapak Dr. Halomoan Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
3. Ibu Euis Heryati, S.Sos. MM, M.Ikom selaku Ketua Program Studi Strata Satu
4. Ibu Euis Nurul B, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Marketing Komunikasi Universitas Esa Unggul.
5. Ibu Euis Nurul B, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman teman yang mendukung serta memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berterima kasih atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Januari 2020

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Esa Unggul, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rimon Agustamas

NIM : 20160501049

Program Studi : Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Esa Unggul **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive RoyaltyFree Right*)** atas proposal ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Esa Unggul berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : .....

Pada tanggal : .....

Yang menyatakan

( Rimon Agustamas )

## ABSTRACT

Nama : Rimon Agustamas  
Program Studi : Marketing Communication  
Judul : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

The purpose of this study was to determine the effect of brand selection on smartphone purchasing decisions on PT Tirta Maritim Internasional employees. The population of this research is all employees of PT Tirta Maritim Internasional with 73 samples.

This research uses survey research methods and tools, questionnaires and descriptive analysis so that the data is analyzed to determine the relationship between brand selection and smartphone purchasing decisions. Data collection instruments used documentation, questionnaires and direct observations which were then analyzed using simple correlations.

The results of the research obtained from 73 employees of PT Tirta Maritim International had a significant influence obtained by the calculated F value 394.671 greater than F table = 3.12 with a significance of 0.05 and a coefficient of determination ( $r^2$ ) or R square of 0.733. This means that the increase in purchasing decisions is influenced by brand selection factors of 73.3% and the remaining 26.7% is influenced by factors not examined. It was concluded that the brand selection variable significantly influenced the purchasing decisions of PT Tirta Maritim Internasional employees.

**Keyword: Brand, Purchasing Decisions and Smartphone**

## ABSTRAK

Nama : Rimon Agustamas  
Program Studi : Marketing Communication  
Judul : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemilihan brand terhadap keputusan pembelian smartphone pada karyawan PT Tirta Maritim Internasional . Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Tirta Maritim Internasional dengan jumlah sampel 73.

Penelitian ini menggunakan metode dan alat penelitian survey, angket dan analisis deskriptif sehingga data dianalisis untuk mengetahui hubungan antara pemilihan brand dengan keputusan pembelian smartphone. Instrumen pengambilan data menggunakan dokumentasi, angket dan pengamatan langsung yang kemudian dianalisis menggunakan korelasi sederhana.

Hasil penelitian yang diperoleh dari 73 karyawan PT Tirta Maritim Internasional memiliki pengaruh yang cukup signifikan diperoleh harga F hitung 394,671 lebih besar dari F tabel = 3.12 dengan signifikasinya 0,05 dan taraf koefisien determinasi ( $r^2$ ) atau R square sebesar 0,733. Hal ini berarti bahwa peningkatan terhadap keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor pemilihan brand sebesar 73.3% dan sisanya 26.7% dipengaruhi oleh faktor faktor yang tidak diteliti. Disimpulkan bahwa variabel pemilihan brand berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada karyawan PT Tirta Maritim Internasional.

**Kata Kunci: Brand, Keputusan Pembelian dan Smartphone**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Teori Behaviorisme .....	10
2.2.1 Prinsip-Prinsip teori behaviorisme.....	11
2.2.2 Behavioristik .....	11
2.2.3 Tahap-tahap Perkembangan Behavioristik.....	13
2.2.4 Teori S-O-R .....	14
2.2.5 Uraian Teori .....	14
2.2.6 Pengaplikasian Teori SOR .....	16
2.3. Konsep Penelitian .....	16
2.3.1 Pemilihan Terhadap Merek .....	16
2.3.2 Perilaku Konsumen .....	18

2.3.3 Aplikasi Perilaku Konsumen dalam Bisnis .....	18
2.3.4 Pendekatan dalam meneliti perilaku konsumen.....	18
2.3.5 Roda analisis konsumen .....	19
2.3.6 Proses pengambilan keputusan pembelian .....	20
2.3.7 Faktor Faktor yang mempengaruhi .....	21
2.3.8 Pengertian Merek .....	21
2.3.9 Citra Merek .....	22
2.3.10 Keputusan Pembelian .....	25
2.4. Operasional Variable .....	30
2.5. Kerangka Penelitian .....	31
2.6. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Metode Peneltian.....	33
3.2. Desain Penelitian .....	34
3.3. Obyek Penelitian .....	34
3.3.1 Operasionalisasi Variabel .....	35
3.4. Sumber Data .....	36
3.4.1 Populasi dan Sample .....	37
3.4.2 Teknik Sampling .....	38
3.5. Instrumen .....	39
3.5.1 Skala Pengukuran .....	40
3.6. Validitas Dan Realiabilitas Data .....	41
3.7. Teknik Pengambilan Data .....	44
3.8. Analisis Data .....	46
3.8.1 Statistik Parametris dan Nonparametris .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>



4.1. Gambaran Subyek Penelitian .....	47
4.1.1 Objek Penelitian .....	47
4.1.2 Subyek Penelitian .....	47
4.1.3 Karakteristik Responden .....	48
4.2. Gambaran Hasil Penelitian .....	51
4.2.1 Tabel Hasil Pernyataan Pemilihan Brand .....	53
4.2.2 Tabel Hasil Pernyataan Keputusan Pembelian .....	57
BAB V PEMBAHASAN .....	65
5.1 Model Persamaan Regresi .....	65
5.1.1 Hubungan antara Pemilihan Brand dengan Keputusan Pembelian .....	65
5.1.2 Uji T .....	66
5.1.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
5.2 Membandingkan Dengan Jurnal .....	68
BAB VI PENUTUP .....	70
6.1. Kesimpulan .....	70
6.2. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN .....	72
CURICULUM VITAE .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan Hasil Penelitian.....	8
Tabel 2.2.	Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel Bebas (X).....	35
Tabel 3.2.	Operasionalisasi Variabel Terikat (Y).....	36
Tabel 3.3.	Skala <i>Likert</i> .....	41
Tabel 4.1.	Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2.	Data Responden Menurut Usia.....	48
Tabel 4.3.	Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4.4.	Data Responden Menurut Pengguna Smartphone.....	49
Tabel 4.5.	Uji Validitas.....	51
Tabel 4.6.	Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7.	Kesan.....	53
Tabel 4.8.	Keinginan.....	53
Tabel 4.9.	Keyakinan.....	54
Tabel 4.10.	Ketertarikan.....	54
Tabel 4.11.	Gaya Hidup Di Ekspresikan.....	55
Tabel 4.12.	Menyukai.....	55
Tabel 4.13.	Minat.....	56
Tabel 4.14.	Opini.....	56
Tabel 4.15.	Merek Terkenal.....	57
Tabel 4.16.	Mudah Di Ingat.....	57
Tabel 4.17.	Layanan Service.....	58
Tabel 4.18.	Kualitas Handphone Bagus .....	58
Tabel 4.19.	Harga Murah.....	59
Tabel 4.20.	Baterai Awet.....	59

Tabel 4.21. Fitur Handphone Lengkap.....	60
Tabel 4.22. Bentuk Desain Elegan.....	60
Tabel 4.23. Usia.....	61
Tabel 4.24. Pekerjaan Lingkungan.....	61
Tabel 4.25. Gaya Hidup.....	62
Tabel 4.26. Kepribadian.....	62
Tabel 4.27. Kelompok Acuan.....	63
Tabel 4.28. Keluarga.....	63
Tabel 4.29. Peran dan Status.....	64
Tabel 5.1. T-Test.....	66

DAFTAR RUMUS

Rumus 1.1. Rumus Slovin .....	38
Rumus 1.2. Rumus Korelasi .....	59
Rumus 1.3. Rumus Korelasi Product Moment.....	42
Rumus 1.4. Rumus Alpha .....	43