



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI
PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI
MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT
(Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok
Jawa Barat)**

SKRIPSI

MEYZA CHANIAGO

203516516230

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

2024



NATIONAL UNIVERSITY

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASING
INTEREST IN IPHONE CONSUMERS AT THE ERAFONE
OUTLET IN MARGO CITY MALL, DEPOK, WEST JAVA**

**(Survey of Erafone Outlet consumers at Margo City Mall, Depok,
West Java)**

THESIS

MEYZA CHANIAGO

203516516230

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

JAKARTA



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI
PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI
MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT**

**(Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok
Jawa Barat)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.KOM)

MEYZA CHANIAGO

203516516230

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMUPOLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Meyza Chaniago
NPM : 203516516230
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Pada
Konsumen Iphone di Outlet Erafone di Mall Margo City
Depok Jawa Barat (Survei pada konsumen Outlet Erafone di
Mall Margo City Depok Jawa Barat)

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 28 Februari 2024

Dosen Pembimbing DEKAN FISIP




Dra. Masnah, M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Meyza Chaniago
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516230
Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT (Survei pada konsumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 19 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 26 Februari 2024

Ketua Sidang: Bapak Drs. Ambia B Boestam M.Si

Penguji I: Bapak Nursatyo, S.Sos. M.Si

Penguji II: Ibu Dra. Masnah M.Si

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meyza Chaniago

NPM : 203516516230

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT(Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai mana bahan yang diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 30 Januari 2024

Yang membuat Pernyataan,



Meyza Chaniago

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMUPOLITIK

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Mahasiswa : Meyza Chaniago
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516230
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI PADA
KONSUMEN IPHONE DI OUTLET
ERAFONE DI MALL MARGO CITY
DEPOK JAWA BARAT (Survei pada
konsumen Outlet Erafone di Mall Margo
City Depok Jawa Barat)

Telah berhasil dipertahankan di hadapann dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.


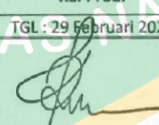

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Ambia B Boestam M.Si (.....)
Penguji 1 : Nursatyo, S.Sos. M.Si (.....)
Penguji 2 : Dra. Masnah, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal. : 26 Febuari 2024

HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TIDAK ATAU YANG DI REVISI		
Nama	: Meyza Chaniago	
NPM	: 203516516230	
Fakultas/Akademi	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Tanggal Sidang	: 19 Februari 2024	
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :		
Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Iphone di Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat (Survei pada konsumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat)		
JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :		
<i>The Influence of Brand Image on Purchase Interest of iPhone Consumers at the Erafone Outlet at Margo City Mall, Depok, West Java (Survey of Erafone Outlet consumers at Margo City Mall, Depok, West Java)</i>		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 29 Februari 2024	TGL : 29 Februari 2024	TGL : 29 Februari 2024
 Dra. Masnah, M.Si	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si	 Meyza Chaniago

HALAMAN BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Meyza Chaniago
NPM : 203516516230
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 22 Mei 2002
Alamat Rumah : Jl Hj Shibi No 17A RT 06/ RW 01 Jakarta Selatan.
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 0895378934504
Alamat Kantor : -
E-mail : chaniagomeyza@gmail.com

Jakarta, 29 Februari 2024
Alumni,


Meyza Chaniago

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT(Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat)” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

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 Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Bapak Angga Sulaiman, S.IP., M.AP selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo S.Sos. M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Ibu Dwi Pharadillah Rizon, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama setiap semester.
5. Ibu Dra. Masnah, M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dalam proses belajar.

7. Kepada keluarga tercinta Bapak Muril Marjasas dan Ibu Ahyannah penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun moral, yang selalu memberikan semangat serta doa terbaik bagi penulis.
8. Kepada saudara kandung saya, Van Clifnie dan Novela. Yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
9. Kepada Gilang Ramadhan terima kasih sudah mendukung, membantu dan mendengarkan keluh kesah selama skripsi, Terima kasih telah menjadi support system terbaik serta menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
10. Kepada sahabat penulis, yang telah memberikan solusi serta semangat kepada penulis selama penulisan penelitian ini.
11. Dan yang terakhir, Kepada diri saya sendiri. Meyza Chaniago. Terima Kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah berusaha sampai titik ini. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah selalu dimanapun berada, apapun kurangmu dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Akhir kata, sata berharap Allah Subhanahu Wa Ta'ala bisa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

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

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

Nama : Meyza Chaniago
NPM : 203516516230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (non-exclusive royalty-free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH BRAND IMAGE PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT (Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat).

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namanya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal 30 Januari 2024

Yang menyatakan



(Meyza Chaniago)

ABSTRAK

Nama : Meyza Chaniago
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN IPHONE DI OUTLET ERAFONE DI MALL MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT**
(Survei pada kosumen Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat)
Pembimbing : Dra. Masnah, M.Si

Saat ini handphone sudah benar – benar menjadi gaya hidup di dunia salah satu nya produk iPhone. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui : Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli pada konsumen iPhone di Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Elaborated Likelihood Model* (ELM). Konsep pada penelitian ini adalah Public Relations, Pemasaran, Brand Image, dan Minat Beli. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 95 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan inferensial. Dalam penelitian terdapat pengaruh brand image terhadap minat beli pada konsumen iPhone di Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Brand Image (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada konsumen di Outlet Erafone di Mall Margo City Depok Jawa Barat. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan peningkatan yang terjadi pada instansi ini.

Kata Kunci:

Brand Image, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Meyza Chaniago

Study Program : Communication Studies

Title : **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASING INTEREST IN IPHONE CONSUMERS AT THE ERAFONE OUTLET IN MARGO CITY MALL, DEPOK, WEST JAVA (Survey of Erafone Outlet consumers at Margo City Mall, Depok, West Java)**

Counsellor : Dra. Masnah, M.Si

Currently, cellphones have truly become a lifestyle in the world, one of which is the iPhone product. The aim of the research is to determine: The influence of brand image on buying interest among iPhone consumers at the Erafone Outlet in Margo City Mall, Depok, West Java. The theory used in this research is the Elaborated Likelihood Model (ELM) theory. The concepts in this research are Public Relations, Marketing, Brand Image, and Purchase Interest. The method in this research is a quantitative method by distributing questionnaires to 95 respondents. The data analysis techniques used are descriptive and inferential. In the research, there was an influence of brand image on buying interest among iPhone consumers at the Erafone Outlet at Margo City Mall, Depok, West Java. This shows that the Brand Image variable (X) has a positive and significant effect on Purchase Interest (Y) among consumers at the Erafone Outlet in Margo City Mall, Depok, West Java. It is hoped that the results of this research will be able to become a reference in achieving company goals with the improvements that occur in this agency.

Key Word:

Brand Image, Purchase Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN SAMPUL BAHASA INGGRIS	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	v
HALAMAN BIODATA ALUMNI MAHASISWA	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Bagi Peneliti.....	7
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil Penelitian yang Relevan Sebagai Rujukan Penelitian.	8
2.2 Landasan Teori dan Konsep	17
2.2.1 Teori Elaboration Likelihood Model.....	17
2.3. Public Relations	18
2.3.1 Pengertian Public Relations	18
2.3.2 Fungsi Public Relations	20
2.3.3 Tujuan Public Relation.....	20
2.3.4 Strategi Public Relations.....	21
2.3.5 Pemasaran	22

2.3.6	Fungsi Pemasaran	23
2.3.7	Prinsip-Prinsip Pemasaran	24
2.3.8	Unsur Strategi Pemasaran	25
2.3.9	Unsur Nilai Pemasaran.....	25
2.3.9	Brand Image.....	25
2.3.10	Minat Beli	31
2.4	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	34
2.4.1	Keterkaitan Brand Image Terhadap Minat Beli konsumen	34
2.5	Kerangka Pemikiran.....	36
2.6	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Objek Penelitian.....	38
3.2	Subjek Penelitian	38
3.3	Data Penelitian	38
3.2.1	Sumber Data dan Jenis Penelitian.....	38
3.3.2	Populasi dan Sampel	39
3.3.3	Lokasi dan Penyebaran Kuesioner	40
3.3.4	Metode dan Alat pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	41
3.4.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	42
3.4.3	Uji Instrumen Penelitian	45
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.4.5	Uji Korelasi Pearson	48
3.4.6	Uji Regresi Linier Sederhana.....	49
3.4.7	Metode Pengolahan Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.2	Company Profile	53
4.2.1	Visi	55
4.2.2	Misi	55
4.3.	Karakteristik Responden.....	55
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.4	Analisis Deskriptif	59
4.4.1	Analisis Deskriptif Data Variabel Brand Image (X).	60
4.4.2	Analisis Deskriptif Data Variabel Minat Beli (Y).....	62

4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.4	Hasil Regresi Linier Sederhana.....	66
4.4.6	Uji Hipotesis	68
4.5	Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
5.2.1	Saran Akademis.....	74
5.2.2	Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA		76
DAFTAR LAMPIRAN		81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Apple dan Smartphone Iphone	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran dapat di Gambarkan Sebagai Berikut ini:	36
Gambar 4. 1 Sejarah Logo Apple	54
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia	57
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentasi Tingkat Penjualan Handphone Tahun 2020 – 2022	1
Tabel 1. 2 Hasil Komparasi Brand Tahun 2020 – 2022.....	3
Tabel 1. 3 Data Penjualan Iphone di Erafone Tahun 2023.....	4
Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operational Variabel	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 3. 4 Uji Instrument Reliabilitas 15 Responden	47
Tabel 3. 5 Uji Instrument Reliabilitas 15 Responden	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 4 Skala Likert.....	59
Tabel 4. 5 Deskriptif Mean Variabel Brand Image (X)	60
Tabel 4. 6 Positif Negatif Tingkat Variabel Brand Image (X)	61
Tabel 4. 7 Hasil Positif Negatif nya Brand Image	61
Tabel 4. 8 Deskriptif Mean Variabel Minat Beli (Y)	62
Tabel 4. 9 Positif Negatif Tingkat Variabel Minat Beli (Y).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Positif Negatifnya Minat Beli (Y)	64
Tabel 4. 11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	64
Tabel 4. 12 Uji Heterokedastisitas	66
Tabel 4. 13 Regresi Linier Sederhana.....	66
Tabel 4. 14 Uji Kolerasi Person.....	67
Tabel 4. 15 Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 4. 16 Model Summary ^b	68
Tabel 4. 17 ANOVA ^a	69
Tabel 4. 18 Uji t	70