

**PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY A
SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

UMI FADILLAH RAHMAWATI

193402516407



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY A
SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh
gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Oleh :

UMI FADILLAH RAHMAWATI

193402516407



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SAMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 3 Februari 2023



Umi Fadillah Rahmawati

193402516407



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL

Nama Mahasiswa : Umi Fadillah Rahmawati
Nomor Pokok : 193402516407
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam S.E.,M.M)

Mengetahui

Ketua Penguji

(Dr.Muhani, S.E.,M.Si.M)

Anggota Penguji

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra M.Si.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta 2023

Tanggal lulus 2023

LEMBAR PERSETUJUAN

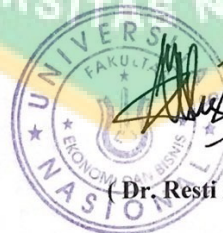
**Judul Skripsi : PENGARUH BRAND TRUST, CITRA
MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
BELI SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A
SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
NASIONAL.**

**Nama Mahasiswa : Umi Fadillah Rahmawati
Nomor Pokok : 193402516407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran
Pembimbing : Dr. Elwisam, S.E., M.M.**

**Menyetujui
Pembimbing,**

(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen**



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 24 Februari 2023

ABSTRAK

PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh :

Umi Fadillah Rahmawati

Npm : 193402516407

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Brand trust, Citra merek, dan Gaya hidup terhadap Minat beli. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan teknik analisis data dengan menggunakan data analisis inferensial dan menggunakan data primer yang terbentuk kuesioner tertutup kepada 100 orang responden dan dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 23. Untuk mendapatkan hasil dari minat beli oleh konsumen terhadap Smartphone Samsung Galaxy A Series.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan jika Variabel Brand trust, Citra merek, dan Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil kesimpulan bahwa Variabel independent memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Brand trust, Citra merek, Gaya hidup, Minat beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, BRAND IMAGE, AND LIFESTYLE ON INTEREST TO BUY SAMSUNG GALAXY A SERIES SMARTPHONES IN STUDENTS OF NATIONAL UNIVERSITY

By :

Name : Umi Fadillah Rahmawati

Npm : 193402516407

This Final Project is under the guidance of Dr. Elwisam, S.E., M.M

This study aims to analyze how much influence brand trust, brand image, and lifestyle have on purchase intention. This type of research uses descriptive quantitative methods and data analysis techniques using inferential analysis data and using primary data formed closed questionnaires to 100 respondents and assisted by using the SPSS version 23 program. To obtain results from consumer buying interest in the Samsung Galaxy A smartphone Series.

The results of this study reveal that brand trust, brand image, and lifestyle variables have a positive and significant effect on purchase intention. The conclusion is that the independent variable has a positive and significant influence on purchase intention.

Keyword : Brand Trust, Brand image , lifestayl , interest in buying

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Umi Fadillah Rahmawati
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 1 Juli 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. O Kavling No.4 Kel.Kebon Baru
Kec. Tebet, Jakarta selatan
Telepon/HP : 085328999796
Email : umifadillarahmawati8@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SD Negeri Pucangluwuk 01
2013 – 2016 : MTsN 4 Tegal
2016 – 2019 : MAN 1 Tegal
2019 – 2023 : Universitas Nasional



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata Satu jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selesaiannya skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH BRAND TRUST, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A SERIES PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, Penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan dan juga dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
6. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, dan memberikan ilmu pengetahuan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Teruntuk Mama saya ibu robiah, dan adik saya devi yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
10. Kepada teman-teman seperjuangan saya (Yolla, Liza, Osha, Selvi, Dena Ines, Arfi, Aniy, Arsanti, Risfa, Galih, Hanan, Bayu, Susi, Aday) yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
12. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
13. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, Tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Terima kasih, Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	0
LEMBAR PENGESAHAN	1
ABSTRAK	0
ABSTRACT	0
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah.....	3
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pengertian Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian	9
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Manajemen Pemasaran	11
B. Pengertian,Faktor-Faktor dan Indikator Minat beli	12
1. Pengertian Minat Beli.....	13
2. Faktor-Faktor Minat Beli.....	14
3. Indikator Minat Beli	15
C. Pengertian,Faktor-Faktor dan Indikator Brand Trust	16
1. Pengertian Brand Trust.....	17
2. Faktor-Faktor Brand Trust.....	18
3. Indikator Brand Trust	19
D. Pengertian,Faktor-Faktor dan Indikator Citra Merek	20

1. Pengertian Citra Merek	21
2. Faktor-Faktor Citra Merek	22
3. Indikator Citra Merek	23
E. Pengertian, Faktor-Faktor dan Indikator Gaya Hidup	24
1. Pengertian Gaya Hidup	25
2. Faktor-Faktor dan Karakteristik Gaya Hidup	26
3. Indikator Gaya Hidup	27
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	28
1. Pengaruh Brand Trust Terhadap Minat beli	29
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli	30
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat beli	31
G. Hasil Penelitian Yang Sesuai Rujukan Penelitian	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN	34
A. Objek Penelitian	35
B. DATA PENELITIAN	36
1. Sumber Data dan Jenis Data	37
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik dan Alat Pengumpulan data	39
1. Teknik pengumpulan data	40
3. Jenis Variabel Yang Digunakan	41
E. Definisi Operasional	42
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	43
G. Uji Instrumen Penelitian	44
H. Uji Kelayakan Model	45
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	48
2. Karakteristik Responden	49
B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	50
1. Uji Instrumen	51
C. Uji Asumsi Klasik	52
D. Analisis Regresi Linear berganda	53
E. Uji Kelayakan model	54

F. Pengujian Hipotesis.....	55
B. Pembahasan.....	56
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat Top Brand Index penjualan Smartphone Tahun 2018-2022..4	
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian	19
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	20
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional	21
Tabel 4. 1 Total Skor Mean Brand Trust (X1).....	26
Tabel 4. 2 Total Skor Mean Citra Merek (X2).....	28
Tabel 4. 3 Total Skor Mean Gaya Hidup (X3).....	29
Tabel 4. 4 Total Skor Mean Minat Beli (Y).....	42
Tabel 4. 5 Output Uji Validitas	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas instrument Variabel Brand Trust (X1), Citra Merek (X2), Gaya Hidup (X3) dan Minat Beli (Y)	44
Tabel 4. 7 Output Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 8 Output Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4. 9 Output Uji Heterokedasitas.....	47
Tabel 4. 10 Output Uji Autokorelasi.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 12 Output Uji Kelayakan Model (Uji F).....	50
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
Tabel 4. 14 Uji T	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pre-test Sementara.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	20
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	33
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Angkatan	35
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	36

