

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
SMARTPHONE OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DIII  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS DI POLITEKNIK NEGERI  
SRIWIJAYA PALEMBANG)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi  
Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**MUTIARA ARAFAH RAHMADANI**

**NIM 061830601019**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
SMARTPHONE OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS DI POLITEKNIK NEGERI  
SRIWIJAYA PALEMBANG)**



**LAPORAN AKHIR**

**Diusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**Mutiara Arafah Rahmadani  
NPM 061830601019**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Dr. M. Syahrman Yusi, SE., MS  
NIP 195808171993031001**

**Palembang, Juli 2021  
Pembimbing II,**

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si  
NIP 198602262015042003**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., M. AB  
NIP 197602222092121001**

**Koordinator Prodi Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, SE., MM  
NIP 198203242008012009**

**LEMBAR PENGESAHAN**

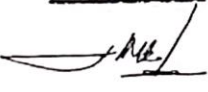



**Nama** : Mutiara Arafah Rahmadani  
**NPM** : 061830601019  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis DIII  
**Mata Kuliah** : Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan  
dinyatakan LULUS

Pada hari:

Tanggal: 2021

**TIM PENGUJI**

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. M. Syahrman Yusi, SE., MS		
2.	M. Yusuf, SE., M.Si., Ph.D		
3.	Abd Hamid, SE., M.Si		
4.	Afrizawati M., SE., M.Si		

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Be Proud of Yourself”*

*(Mutiara Arafah Rahmadani)*

### **Kupersembahkan Kepada:**

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman Seperjuangan 6 ND 2021**
- **Almamater Politeknik Negeri  
Sriwijaya**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Karunia-Nya kepada saya sehingga mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan Laporan Akhir ini merupakan salah satu syarat wajib bagi mahasiswa untuk bisa lulus dari Politeknik Negeri Sriwijaya pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.

Laporan Akhir ini berjudul Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang). Laporan ini membahas tentang pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Oppo melalui citra merek untuk mempengaruhi minat beli konsumen.

Saya menyadari Laporan akhir ini terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyajian maupun pembahasannya. Saya selaku penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi acuan dimasa yang akan datang. Saya berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang ada.

Palembang, Juli 2021

Penulis

Mutiara Arafah Rahmadani

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena saya dapat menyelesaikan Laporan akhir ini tepat pada waktunya. Dalam penelitian Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan bimbingan, petunjuk, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, SE., MS selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Staf dan Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Sriwijaya.
9. Kedua orang tua yang saya cintai dan Keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Sahabat-sahabat saya yang menjadi saksi bisu atas perjuangan saya selama ini.
11. Rekan-rekan seperjuangan kelas 6 ND yang saling memberikan semangat dan dukungan.

12. Teman-teman Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
13. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.
14. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bantuan dan bimbingan kepada saya. Semoga kebaikan ini akan dibalas Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Juli 2021

Penulis

Mutiara Arafah Rahmadani

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli produk *smartphone* Oppo secara parsial dan melihat seberapa besar pengaruhnya dengan melihat hasil uji koefisien determinasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 36 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa variabel citra merek (X) tidak berpengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya karena Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , yaitu  $t_{hitung}$  bernilai 1,630 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,032, untuk nilai signifikansi variabel citra merek adalah 0,112 yang artinya lebih besar dari 0,005 jika dilihat dari koefisien regresi yang dihasilkan dari uji variabel citra merek (X) memiliki nilai yang positif yaitu 0,406 tetapi dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,005 yaitu 0,112. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh kesimpulan bahwa citra merek (X) memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square berjumlah 0,072. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari nilai 100% variabel citra merek (X) hanya mempengaruhi variabel minat beli (Y) sebesar 7,2% dan sisanya 92,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata kunci: Citra Merek, Minat Beli***



## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image on buying interest in Oppo smartphone products partially and see how much influence it has by looking at the results of the coefficient of determination test. This study uses a quantitative approach with non-probability sampling technique with the number of respondents as many as 36 people. The data analysis method used is validity test, reliability test, correlation test, simple linear regression analysis and hypothesis testing. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the brand image variable (X) has no effect on buying interest in students of the DIII Business Administration Department at the Sriwijaya State Polytechnic because the value of  $t_{\text{count}} < t_{\text{table}}$ , namely  $t_{\text{count}}$  is 1.630 while the value of  $t_{\text{table}}$  is 2.032, for the significance value of the brand image variable is 0.112 which means that it is greater than 0.005 when viewed from the regression coefficient generated from the brand image variable test (X) which has a positive value of 0.406 but with a significance value greater than 0.005 that is 0.112. Based on this explanation, it can be concluded that brand image (X) has a positive but not significant effect on the buying interest variable (Y). The results of the coefficient of determination test obtained that the value of R square was 0.072. It can be concluded that from the 100% value of the brand image variable (X) it only affects the buying interest variable (Y) by 7.2% and the remaining 92.8% is influenced by other variables not examined in this study.

***Keywords: Brand Image, Purchase Intention***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4. Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 Definisi Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8 Skala Pengukuran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1.9 Metode Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.1 Metode Deskriptif Kuantitatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2 Uji Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3 Uji Koefisien Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Strategi Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Pengertian Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Syarat Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Tujuan Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4 Pengertian Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.5 Dimensi Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.6 Indikator-indikator Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Pengertian Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Dimensi Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Kerangka Berfikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Visi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Misi Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Logo dan Pelayanan Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Logo Perusahaan Oppo .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Pelayanan Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3 Strategi Pemasaran Oppo.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Identitas Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.1 Persepsi Responden terhadap Variabel Citra Merek..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.2 Persepsi Responden terhadap Variabel Minat Beli ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.1 Uji Instrumen .....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Pembahasan.....**Error! Bookmark not defined.**

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- 5.1 Kesimpulan .....**Error! Bookmark not defined.**
- 5.2 Saran .....**Error! Bookmark not defined.**

**DAFTAR PUSTAKA** .....**Error! Bookmark not defined.**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Pengguna Smartphone Di Indonesia Tahun 2016-2019	2
Gambar 1.2	Top Five Smartphone di Indonesia .....	6
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	26
Gambar 3.1	Logo Perusahaan Oppo.....	28

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel 1.2	Tabel Skala Likert.....	12
Tabel 1.3	Kriteria Jawaban Responden.....	12
Tabel 1.4	Hubungan Antar Variabel .....	14
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	32
Tabel 4.1	Jawaban Responden tentang Smartphone Oppo memiliki tampilan yang menarik.....	34
Tabel 4.2	Jawaban Responden tentang Smartphone Oppo memiliki harga yang terjangkau.....	34
Tabel 4.3	Jawaban Responden tentang Smartphone Oppo memiliki fitur yang unik.....	35
Tabel 4.4	Jawaban Responden tentang Smartphone Oppo memiliki kesan yang baik bagi konsumen.....	36
Tabel 4.5	Jawaban Responden tentang Merek Smartphone Oppo mudah diucapkan .....	36
Tabel 4.6	Jawaban Responden tentang merasa cocok menggunakan produk smartphone Oppo .....	37
Tabel 4.7	Tabulasi Data TCR Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 4.8	Jawaban Responden tentang tertarik membeli smartphone Oppo .....	39
Tabel 4.9	Jawaban Responden tentang tertarik membeli smartphone Oppo karena memiliki beragam tipe produk.....	39
Tabel 4.10	Jawaban Responden tentang membeli smartphone Oppo karena mendapat rekomendasi dari orang terdekat.....	40
Tabel 4.11	Jawaban Responden tentang mereferensikan orang terdekat untuk membeli smartphone Oppo... ..	41
Tabel 4.12	Jawaban Responden tentang membeli smartphone Oppo karena Sesuai dengan kebutuhan .....	41

Tabel 4.13	Jawaban Responden tentang mengutamakan untuk membeli Smartphone Oppo dibandingkan dengan smartphone lainnya .....	42
Tabel 4.14	Jawaban Responden tentang tidak akan membeli produk smartphone Selain merek Oppo .....	42
Tabel 4.15	Jawaban Responden tentang mencari informasi mengenai smartphone Oppo sebelum melakukan pembelian .....	43
Tabel 4.16	Jawaban Responden tentang mendukung sifat positif dari smartphone Oppo .....	44
Tabel 4.17	Tabulasi Data TCR Variabel Minat Beli .....	44
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X) .....	46
Tabel 4.19	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	46
Tabel 4.20	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X) .....	47
Tabel 4.21	Hasil Uji Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y) .....	48
Tabel 4.22	Tabel Koefisien Korelasi Antara Variabel X dan Y .....	48
Tabel 4.23	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	49
Tabel 4.24	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	50
Tabel 4.25	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing I
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing II
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Persetujuan Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 7 Kuisioner
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data melalui SPSS



