

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PRODUCT FEATURE*, *BRAND NAME*,  
*PRODUCT PRICE* DAN *SOCIAL INFLUENCE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION SMARTPHONE*  
SAMSUNG DI IKHLAS PONSEL PASIR  
PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



**OLEH :**

**LUSI NEORITA  
NIM : 1225120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN  
TAHUN 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN


NAMA : LUSI NEORITA  
NIM : 1225120  
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *PRODUCT FEATURE, BRAND NAME, PRODUCT PRICE* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP PURCHASE INTENTION SMARTPHONE SAMSUNG DI IKHLAS PONSEL PASIR PENGARAIAN

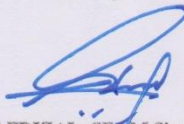
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Kamis, 25 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 04 Juli 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

  
YULFITIA AINI, SE., MM  
NIDN. 1024097802


  
ANDI AFRIZAL, SE., M.Si, AK. CA  
NIDN. 1014118301

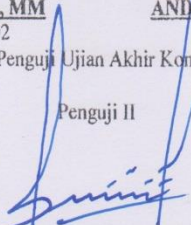
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,


Penguji I

Penguji II

Penguji III

  
HIDAYAT, SE., MM  
NIDN. 1027058603

  
SEPRINI, SE., MM  
NIDN. 1025097804

  
NURUL HIDAYATI, SE., M.Si  
NIDN. 1005118901

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

  
ARRAFIQOUR RAHMAN, SE., MM  
NIDN. 1018108502

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

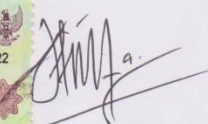
Nama : LUSI NEORITA  
Nomor Mahasiswa : 1225120  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : **PENGARUH *PRODUCT FEATURE, BRAND NAME, PRODUCT PRICE* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION SMARTPHONE SAMSUNG* DI IKHLAS PONSEL PASIR PENGARAIAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 04 Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan



  
LUSI NEORITA

## ABSTRAK

**LUSI NEORITA. NIM: 1225120. 2020. PENGARUH *PRODUCT FEATURE*, *BRAND NAME*, *PRODUCT PRICE*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SAMSUNG *SMARTPHONE* DI IKHLAS PONSEL PASIR PENGARAIAN. PEMBIMBING I: YULFITA AINI, SE., MM, DAN PEMBIMBING II: ANDI AFRIZAL, SE., M.Si. AK. CA**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah *product feature*, *brand name*, *product price* dan *social influence* berpengaruh terhadap *purchase intention* smartphone samsung di Ikhlas Ponsel Pasir Pengaraian baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Ikhlas Ponsel Pasir Pengaraian. Sampel penelitian menggunakan teknik aksidental sampling sebanyak 99 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini *product feature* (X1), *brand name* (X2), *product price* (X3), *social influence* (X4) dan variabel terikat (Y) *purchase intention*. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan terdiri dari observasi, metode kuesioner dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa *product feature*, *brand name*, *product price* dan *social influence* berpengaruh terhadap *purchase intention*. Secara parsial, diperoleh t-hitung *product feature* 0,708, *brand name* 0,710, *product price* 22,134 dan *social influence* 2,303. Secara simultan, diperoleh F-hitung 326,525. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 93% *purchase intention* dipengaruhi oleh *product feature*, *brand name*, *product price* dan *social influence*, sedangkan sisanya 7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji secara parsial hanya variabel *product price* dan *social influence* berpengaruh terhadap *purchase intention*, sedangkan secara simultan semua variabel yaitu *product feature*, *brand name*, *product price* dan *social influence* berpengaruh terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *product feature*, *brand name*, *product price*, *social influence*, *purchase intention*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr,Wb

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah Allah Shubhanallah wa taala, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Adolf Bastian, M.Pd Selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro SE.,M.Si ebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Yulfita Aini , SE, MM Sebagai dosen pembimbing I yang telah mengarahkan penulis dalam membuat skripsi ini.
5. Bapak Andi Afizal SE., M.Si. AK. CA sebagai dosen pembimbing II yang telah mengarahkan penulis dalam membuat skripsi ini.
6. Para Stap Pengajar Program S-1 Manajemen Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang lebih baik.
7. Kedua Orang Tua dan Adik-adiku yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan.

8. Sahabat-Sahabat tercinta yang telah memberikan dukungan semangat, serta sebuah persahabatan dan kerja sama yang baik selama kuliah di Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian .

Hanya doa yang dapat diberikan penulis semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan bapak, ibu, saudara dan sahabat. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, masyarakat, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen.

Wassalamu'alikum Wr, Wb.

Pasir Pengaraian, April 2020

LUSI NEORITA

## DAFTAR ISI

Halaman

### HALAMAN PENGESAHAN

### PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Pengertian <i>Product Feature</i> .....	13
2.1.1.1 Indikator <i>Product Feature</i> .....	14
2.1.2 Pengertian <i>Brand Name</i> .....	16
2.1.2.1 Indikator <i>Brand Name</i> .....	18
2.1.3 Pengertian <i>Product Price</i> .....	19
2.1.3.1 Indikator <i>Product Price</i> .....	21
2.1.4 Pengertian <i>Social Influence</i> .....	22
2.1.4.1 Indikator <i>Social Influence</i> .....	23
2.1.5 Pengertian <i>Purchase Intention</i> .....	24
2.1.5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> .....	25

2.1.5.2 Indikator yang Mempengaruhi	
<i>Purchase Intention</i> .....	28
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	30
2.2 Kerangka Konseptual .....	31
2.3 Hipotesis .....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	35
3.5 Variabel Defenisi Operasional .....	36
3.6 Instrumen Penelitian .....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	40
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	
3.7.3 Analisis regresi Linier Berganda.....	41
3.7.4 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	41
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Profil Toko.....	45
4.1.2 Visi dan Misi.....	45
4.1.3 Struktur Organisasi.....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jenis Pekerjaan.....	49



4.3	Pengujian Instrument Penelitian.....	50
4.3.1	Uji Validitas.....	50
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	51
4.4	Analisis Deskriptif.....	53
4.4.1	Analisis TCR Variabel <i>Product Feature</i> .....	53
4.4.2	Analisis TCR Variabel <i>Brand Name</i> .....	54
4.4.3	Analisis TCR Variabel <i>Product Price</i> .....	55
4.4.4	Analisis TCR Variabel <i>social influence</i> .....	56
4.4.5	Analisis TCR Variabel <i>purchase intention</i> .....	57
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.5.1	Uji Normalitas.....	58
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	58
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.7	Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ).....	63
4.8	Pengujian Hipotesis.....	64
4.8.1	Uji t.....	64
4.8.2	Uji F.....	66
4.9	Pembahasan.....	67

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Report Card</i> 2019.....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Smartphone</i> Samsung Di Ikhlas Ponsel Tahun 2014-2019.....	7
Tabel 1.3 Data Penjualan <i>Smartphone</i> Di Ikhlas Ponsel Tahun 2015-2019.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	38
Tabel 3.3 Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4 Hasil Pengukuran Validitas.....	50
Tabel 4.5 Hasil Pengukuran Reliabel.....	52
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Product Fiture</i> .....	53
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Brand Name</i> .....	54
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Product Price</i> .....	55
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>social influence</i> .....	56
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>purchase intention</i> .....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.13 Model Summary.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Secara Simultan.....	66

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ikhlas Ponsel.....	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data.....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji heteroskedasitas.....	60