

SKRIPSI

**PREDIKSI ESTETIKA, SIKAP TERHADAP MEREK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT
PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: GERALDO HANKHO

NPM: 115160329

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

SKRIPSI

**PREDIKSI ESTETIKA, SIKAP TERHADAP MEREK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT
PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: GERALDO HANKHO

NPM: 115160329

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Geraldo Hankho
NIM : 115160329
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

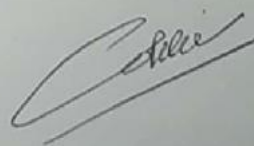
Prediksi Estetika, Sikap terhadap Merek, dan Persepsi Harga terhadap Niat Pembelian iPhone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : M. Tony Nawawi, Drs., M.M.
2. Anggota : Dr. Cokki, S.E., M.M.
PC. Happy Darmawan, S.H., M.M.

Jakarta, 16 Januari 2020

Pembimbing



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

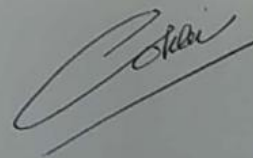
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : GERALDO HANKHO
NPM : 115160329
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI ESTETIKA, SIKAP TERHADAP
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
NIAT PEMBELIAN IPHONE PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Jakarta, 13 Desember 2019

Pembimbing,



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

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
JAKARTA

- (A) GERALDO HANKHO (115160329)
- (B) *THE PREDICTION OF AESTHETICS, BRAND ATTITUDE, AND PERCEIVED PRICE ON PURCHASE INTENTION IPHONE IN STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS OF TARUMANAGARA UNIVERSITY*
- (C) *XVII+73 Pages, 28 Tables, 6 Pictures, 14 Attachment*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *Currently the number of smartphone users has increased over time, where the iPhone is one of Apple's most popular devices. The purpose of this study was to examine whether aesthetics, brand attitude, and perceived price were positive predictors of iPhone purchase intention at Tarumanagara University Faculty of Economics and Business students. This study used 100 samples selected using convenience sampling techniques, where the selected sample were students of the Faculty of Economics and Business at Tarumanagara University who had used an iPhone. The data collection technique was carried out using a questionnaire. Data were analyzed using PLS-SEM. The results of this study indicate that brand attitude, and perceived price are positive predictors of purchase intention, while aesthetics are not positive predictors of purchase intention.*
- (F) *Aesthetics, Brand Attitude, Perceived Price, Purchase Intention*
- (G) *References 48 (2001-2019)*
- (H) Dr. COKKI S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

- (A) GERALDO HANKHO (115160329)
- (B) PREDIKSI ESTETIKA, SIKAP TERHADAP MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA
- (C) XVII+73 Halaman, 28 Tabel, 6 Gambar, 14 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Saat ini jumlah pengguna smartphone semakin meningkat seiring berjalannya waktu, dimana iPhone merupakan salah satu perangkat Apple yang paling populer. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah estetika, sikap terhadap merek, dan persepsi harga merupakan prediktor positif untuk niat pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Penelitian ini menggunakan 100 sampel yang dipilih dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana sampel yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang pernah menggunakan iPhone. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap merek, dan persepsi harga merupakan prediktor positif untuk niat pembelian, sedangkan estetika bukan merupakan prediktor positif untuk niat pembelian.
- (F) Estetika, Sikap terhadap Merek, Persepsi Harga, Niat Pembelian
- (G) Daftar Acuan 48 acuan (2001-2019)

(H) Dr. COKKI S.E., M.M.