

SKRIPSI
PENGARUH ESTETIKA PADA MINAT KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN *SMARTPHONES* XIAOMI
DI JAKARTA BARAT



DISUSUN OLEH:
NAMA : DEYNIS DEVLIN
NIM : 115160265

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

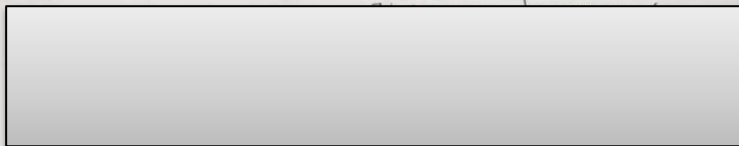


FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Deynis Devlin
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160265
Program Studi : Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apakabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 21 Juni 2020


Deynis Devlin
Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DEYNIS DEVLIN
NO. MAHASISWA : 115160265
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ESTETIKA PADA MINAT
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
SMARTPHONES XIAOMI DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 14 Juli 2020

Pembimbing,



(Carunia Mulya Firdausy Ir., M.A., Dr., Prof.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Deynis Devlin
NIM : 115160265
Program Studi : SI / Manajemen

Judul Skripsi


PENGARUH ESTETIKA PADA MINAT KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
SMARTPHONES XIAOMI DI JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 07 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Sawidji Widoatmodjo, SE., MM., MBA
2. Anggota : 1. Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU
2. Dra. Kurniati W. Andani, MM

Jakarta, 14 Juli 2020

Pembimbing



(Carunia Mulya Firdausy Ir., M.A., Dr., Prof.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) Deynis Devlin (115160265)
- (B) *THE EFFECT OF AESTHETICS ON CONSUMER INTERESTS ON PURCHASE OF XIAOMI SMARTPHONE IN WEST JAKARTA*
- (C) xv + 73 pages, 2020, 29 tables, 6 pictures, 2 attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: This study aims to determine the effect of aesthetics on purchase intention mediated by functional value, social value, and emotional value. The population in this study are consumers who use Xiaomi smartphones and know this product. The sampling technique uses purposive sampling and data analysis is measured using PLS with a non-probability sampling method. The results showed that aesthetics had a positive and significant effect on consumer purchase intentions mediated by functional value, and aesthetics had a positive effect on consumer purchase intentions through emotional value mediation in West Jakarta.*
- (F) *Keywords: Aesthetic, functional value, social value, emotional value, purchase intention*
- (G) *References 31 (1991-2019)*
- (H) Carunia Mulya Firdausy Ir., M.A., Dr., Prof.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) Deynis Devlin (115160265)
- (B) PENGARUH ESTETIKA PADA MINAT KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI DI JAKARTA BARAT
- (C) xv + 73 halaman, 2020, 29 tabel, 6 gambar, 2 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *aesthetic* terhadap *purchase intention* dengan dimediasi oleh *functional value*, *social value*, dan *emotional value*. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan *smartphone* Xiaomi dan mengetahui produk Xiaomi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling method* dan analisis data diukur dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *aesthetic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen dengan dimediasi oleh *functional value*, dan *aesthetic* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen melalui mediasi *emotional value* di Jakarta Barat.
- (F) Kata Kunci: *Aesthetic*, *functional value*, *social value*, *emotional value*, *purchase intention*
- (G) Daftar Pustaka 31 (1991-2019)
- (H) Carunia Mulya Firdausy Ir., M.A., Dr., Prof.