

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
SMARTWATCH SAMSUNG (Survei pada Masyarakat
JABODETABEK)**

MUHAMMAD IQBAL HAKIM

1702518041



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2022**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASE
INTENTION SMARTWATCH SAMSUNG (Survey on
JABODETABEK Community)***

MUHAMMAD IQBAL HAKIM

1702518041



***This scientific paper was written to fulfill one of the requirements to get an
Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2022***

ABSTRAK

Muhammad Iqbal Hakim. 1702518041. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartwatch* Samsung (Survei pada Masyarakat Jabodetabek). Program Studi DIII Manajemen pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli *smartwatch* Samsung. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner secara *online*. Sampel yang diambil adalah 100 Responden. Subjek penelitian adalah masyarakat Jabodetabek. Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek berpengaruh pada minat beli *smartwatch* Samsung. Dalam koefisien determinasi (R^2) citra merek mempengaruhi minat beli sebesar 57,5% dan 42,5% lainnya dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli, *Smartwatch* Samsung

ABSTRACT

Muhammad Iqbal Hakim. 1702518041. The Influence of Brand Image on Purchase Intention Smartwatch Samsung (Survey on Jabodetabek Community). DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. State Univesity of Jakarta.

This study aims to determine the influence of brand image on purchase intention smartwatch Samsung. Data collection method uses survey methods and would be spreaded using online questionnaires. This study will use the sample from 100 respondents. The research subjects are Jabodetabek community. The method of data analysis uses descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. The results shows that brand image influences the purchasing intention of smartwatch Samsung. The result of this study shows that brand image variable affects purchasing intention for 57,5% and the remaining 42,5% influenced by other variables.

Keywords: Brand Image, Purchase Intention, Smartwatch Samsung

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
  Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Ika Febrilia, S.E., M.M.</u> NIP. 198702092015042001 (Ketua Penguji)	 	19 Agustus 2022
2	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.</u> NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli)	 	22 Agustus 2022
3	<u>Shandy Aditya, BIB., MPBS.</u> NIP. 198404082019031003 (Pembimbing)	 	23 Agustus 2022
Nama : Muhammad Iqbal Hakim No. Registrasi : 1702518041 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022			

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Iqbal Hakim

NIM : 1702518041

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun ajaran : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartwatch* Samsung (Survei pada Masyarakat Jabodetabek),”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah saya.

Jakarta, 31 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Iqbal Hakim

No. Registrasi 1702518041

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya peneliti diberikan kesehatan, kemudahan serta kelancaran sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli *Smartwatch* Samsung (Survei pada Masyarakat Jabodetabek).

Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, peneliti mendapatkan bimbingan, saran, maupun arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, yang selalu memberikan dukungan dan juga doa yang tak pernah henti kepada peneliti. Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada pihak-pihak lain yang sudah membantu menyelesaikan Karya Ilmiah ini:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Shandy Aditya, BIB., MPBS. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing peneliti dalam proses menyusun Karya Ilmiah ini.
4. Seluruh dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh teman-teman mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 30 Juli 2022