

**PENGARUH EMOSIONAL, INOVASI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE BRAND
SAMSUNG DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan oleh :

FERI SETIAWAN

NPM : 17420064

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Feri Setiawan
NPM : 17420064
Alamat : Jl. Dukuh Pakis VI-A2 No. 71, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Emosional, Inovasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Brand Samsung Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Feri Setiawan

17420064

SKRIPSI

**PENGARUH EMOSIONAL, INOVASI DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI SMARTPHONE BRAND SAMSUNG DI TENGAH PANDEMI
COVID-19 PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA**

Diajukan oleh :

FERI SETIAWAN

NPM : 17420064

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, 08 Juli 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Tanggal, 08 Juli 2021

SKRIPSI

**PENGARUH EMOSIONAL, INOVASI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* BRAND SAMSUNG
DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FERI SETIAWAN

NPM: 17420064

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si

SE.,MM

Ketua Tim Penguji



Dr. Titik Inayati,

Anggota Dewan Penguji Lain



Atty Erdiana, SE.M.Ak

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 06 september 2021



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama serta banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dimasa pandemi covid-19 saat ini dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Emosional, Inovasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Brand Samsung Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penulisan ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek, karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lain maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut.

ABSTRAK

Penelitian ini memperlihatkan rencana sasaran untuk menguji pengaruh emosional, inovasi dan harga terhadap minat beli smartphone brand samsung di tengah pandemi Covid-19 pada mahasiswa universitas Wijaya Kusuma surabaya. Variabel bebas dari penelitian ini yaitu emosional (X1),Inovasi (X2),Harga (X3) dan variabel terikatnya yaitu Minat beli (Y) smartphone brand samsung.Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa UWKS dan mengenal smartphone brand Samsung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 62 responden. Teknik analisis untuk menguji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan menguji dulu kelayakan kuesioner dengan menggunakan uji validitas & reliabilitas.Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa : Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel Emosional berpengaruh signifikan terhadap minat beli diterima. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa variabel Inovasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ditolak. Dengan demikian variabel Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli diterima

Kata Kunci : Emosional, Inovasi, Harga, Minat Beli, Smartphone Brand Samsung

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of emotional, innovation and price on the interest in buying Samsung brand smartphones in the midst of the Covid-19 pandemic on Wijaya Kusuma university students in Surabaya. Free variables of this research are emotional (X1), Innovation (X2), Price (X3) and the dependent variable is buying interest (Y) smartphone brand samsung. Teknik sampling used in this study using *purposive sampling* criteria and recognize student UWKS Samsung branded smartphones. The number of samples in this study were 62 respondents. The analysis technique to test the hypothesis uses multiple linear regression by first testing the feasibility of the questionnaire using the validity & reliability test. The results of the validity and reliability test show valid and reliable results. The results of the multiple linear regression test show that: Hypothesis 1 which states that the Emotional variable has a significant effect on buying interest is accepted. Hypothesis 2 which states that the Innovation variable has a significant effect on buying interest is rejected. Thus the innovation variable has no significant effect on buying interest and Hypothesis 3 which states that the price variable has a significant effect on buying interest is accepted

Keywords: Emotional, Innovation, Price, Buying Interest, Samsung Brand Smartphone

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika skripsi	9

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.1.1. Konsep Pemasaraan	12
2.1.2 <i>Emotional marketing</i>	12
2.1.3 Inovasi.....	14
2.1.3.1 Pentingnya Inovasi Produk.....	15
2.1.3.2 Indikator Inovasi	16
2.1.4 Harga.....	17
2.1.5 Minat Beli	18
2.2 Pengaruh antar Variabel	19

2.2.1	Pengaruh Emosional Terhadap Minat Beli	19
2.2.2	Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	19
2.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	20
2.3	Penelitian Terdahulu	20
2.4	Model Analisis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	23
3.2	Populasi dan Sampel	23
3.2.1	Populasi	23
3.2.2	Sampel	24
3.3	Identifikasi Variabel.....	25
3.4	Definisi Operasional Variabel	25
3.5	Jenis Data, Sumber Data dan Skala Pengukuran	26
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	26
3.7	Metode Analisis Data	27
3.7.1	Validitas dan Reliabilitas	27
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.3	Uji Signifikansi F (Uji F)	28
3.7.4	Uji Signifikansi t (Uji t)	29
3.7.5	Koefisien Korelasi (R)	29
3.7.6	Koefisien Determinasi (R^2)	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	30
4.1.1	Sejarah Samsung	30
4.2	Data dan Deskripsi Hasil Penelitian	31
4.2.1	Deskripsi Responden.....	31
4.2.2	Deskripsi Variabel Bebas dan Terikat.....	35
4.3	Uji Kualitas Data.....	42
4.4	Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	44

4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.4.2	Uji F (F-test).....	47
4.4.3	Uji t (t-test).....	48
4.5	Pembahasan	49
4.5.1	Pengaruh Emosional Terhadap Minat beli.....	49
4.5.2	Pengaruh Inovasi Terhadap Minat beli.....	50
4.5.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat beli.....	51
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
5.3	Keterbatasan	54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Secara Global	2
Gambar 1.2 Top 6 Pangsa Pasar Di Indonesia	4
Gambar 2.1 Model Analisis	22

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 1Q20 (Thousands of Units)</i>	5
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.2	Skala Likert pada Kuesioner Penelitian.....	26
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Umur.....	32
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendapatan	33
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Status	33
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Fakultas/Program Studi	34
Tabel 4.7	Rentang Skala	35
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Variabel Emosional (X_1).....	36
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Variabel Inovasi (X_2)	38
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga (X_3).....	39
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat beli (Y).....	41
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas	43
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.14	Model Persamaan Regresi	45
Tabel 4.15	Tabel Interval Koefisien Korelasi	46