

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE 11
(Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Universitas Kristen Indonesia)**

SKRIPSI

Disusun Oleh

Nabilla Natasya Prahastiwi

1931150033



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE 11**

(Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Universitas Kristen Indonesia)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia**

Oleh :

NABILLA NATASYA PRAHASTIWI

1931150033



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2023



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilla Natasya Prahastiwi

NIM : 1931150033

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE 11 (Studi Kasus Mahasiswa/I FEB Universitas Kristen Indonesia)" adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 10 Juli 2023



(Nabilla Natasya Prahastiwi)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE 11
(Studi Kasus Mahasiswa/I FEB Universitas Kristen Indonesia)**

Oleh:

Nama : Nabilla Natasya Prahastiwi
NIM : 1931150033
Program Studi : S1 Manajemen
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 10 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Sautman Sinaga, S.E., M.M)
NIDN : 0014015801

Pembimbing II

(Dr. Wilson Rajaguguk, M.Si., MA)
NIDN: 0312126203

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., MMA)
NIDN : 0301086104

Dekan

(Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A)
NIDN : 0015096301



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 10 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Nabilla Natasya Prahastiwi

NIM : 1931150033

Program Studi : S1 MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE 11 (Studi Kasus Mahasiswa/I FEB Universitas Kristen Indonesia)" oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Fenny B.N.L. Tobing., S.E., M.MA.	Sebagai Ketua	
2	Carolina F. Sembiring., S.E., M.M.	Sebagai Anggota	
3	Sautman Sinaga., S.E., M.M.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 10 Juli 2023



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabilla Natasya Prahastiwi
NIM : 1931150033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE 11 (Studi Kasus Mahasiswa/I FEB Universitas Kristen Indonesia)".

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya memberikan Hak Non eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 10 Juli 2023
Yang menyatakan



Nabilla Natasya Prahastiwi

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 11 (Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Manajemen UKI)”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi di Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Sautman Sinaga, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Bapak Dr. Wilson Rajaguguk, MSi., M.A., selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia yang tak kenal lelah serta mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan.
8. Segenap staff dan karyawan yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

9. Pintu surgaku, ayah dan ibu tercinta yang tiada hentinya mendo'akan, memberikan semangat, motivasi, kasih sayang serta tidak pernah letih bekerja.
10. Kakak perempuanku satu-satunya, yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi dan juga do'a.
11. Bapak Richard Anggiat Slamet, selaku pembina Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa (UKOM) Universitas Kristen Indonesia yang telah membina dan membimbing saya selama ini di Universitas Kristen Indonesia.
12. Kepada UKOM angkatan 2019 dan Bastang yang sudah memberikan motivasi, dukungan, bantuan serta do'a yang telah diberikan selama ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Rekan-rekan mahasiswa/I angkatan 2019 yang selalu support satu sama lain dan menjadi motivasi bagi penulis. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, pengalaman, dan apapun yang telah kita dapatkan selama kurang lebih 4 tahun bersama.
14. Kepada Dina, Resti, Uni Widyawati, warga kos, bestie-bestie, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih sudah memberikan dukungan dan motivasi.
15. Terima kasih teruntuk seluruh teman-teman dan kerabat yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah berkontribusi memberi dukungan dan motivasi dalam menyusun tugas akhir ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

Tangerang, 4 Juli 2023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II	8
URAIAN TEORI	8
2.1 Kajian Teoritis.....	8
2.2 Pemasaran.....	8
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3 Definisi Strategi Pemasaran.....	9
2.2.4 Definisi Bauran Pemasaran.....	10
2.2.5 Definisi Perilaku Konsumen.....	10
2.3 Kualitas Produk.....	11
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	11
2.3.3 Indikator kualitas produk.....	12
2.4 Harga.....	13
2.4.1 Pengertian Harga.....	13
2.4.3 Indikator Harga.....	14
2.5 Citra Merek.....	15
2.5.1 Pengertian Citra Merek.....	15

2.5.2 Dimensi Citra Merek.....	15
2.5.3 Indikator Citra Merek.....	16
2.6 Keputusan Pembelian.....	17
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.6.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	17
2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.6.4 Dimensi Keputusan Pembelian	20
2.7 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
2.7.1 Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian	21
2.7.2 Hubungan harga terhadap keputusan pembelian.....	21
2.7.3 Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	22
2.8 Peneliti Terdahulu.....	22
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.2.1 Populasi Penelitian.....	25
3.2.2 Sampel Penelitian.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Kerangka Berpikir.....	27
3.5 Definisi Operasional dan Operasional Variabel.....	27
3.5.1 Definisi Operasional	27
3.5.2 Operasional Variabel.....	28
3.6 Hipotesis Penelitian	30
3.7 Metode Pengolahan Data	31
3.8 Teknik analisis data.....	31
3.8.1 Uji statistik deskriptif.....	31
3.8.2 Uji validitas	31
3.8.3 Uji reabilitas.....	32
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.9.1 Uji normalitas.....	33
3.9.2 Uji multikolinearitas	33
3.9.3 Uji heteroskedasitas	34
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34

3.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.12 Uji Hipotesis	35
3.12.1 Uji t	35
3.12.2 Uji F	36
BAB IV	38
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	38
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan Apple	38
4.1.2 Profil, Visi, dan Misi Perusahaan Apple.....	39
4.2 Deskripsi Responden	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.3 Analisis Data.....	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reabilitas	44
4.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	45
4.4.1 Statistik Deskriptif Responden.....	46
4.4.2 Statistik Deskriptif Variabel.....	56
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.7 Hasil Koefisien Determinasi	65
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.8.1 Hasil Uji t (Parsial)	66
4.8.2 Hasil Uji F (Simultan).....	67
BAB V.....	69
PENUTUP	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

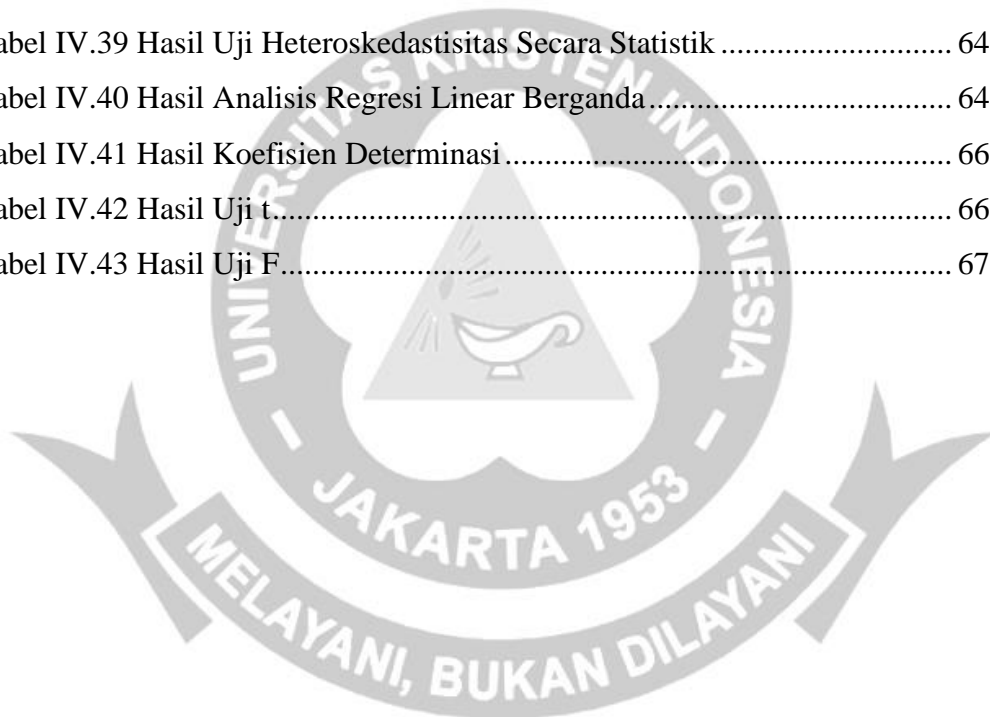
GAMBAR - III.1 Kerangka Berpikir	27
GAMBAR - IV.1 Hasil Uji Normalitas secara grafik.....	61
GAMBAR - IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik	63



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel III.1 Indikator Variabel Penelitian.....	28
Tabel IV.1 Usia Responden.....	40
Tabel IV.2 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	42
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	43
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	43
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel IV.7 HASIL UJI RELIABILITAS.....	45
Tabel IV.8.....	46
Tabel IV.9.....	46
Tabel IV.10.....	47
Tabel IV.11.....	47
Tabel IV.12.....	47
Tabel IV.13.....	48
Tabel IV.14.....	48
Tabel IV.15.....	49
Tabel IV.16.....	49
Tabel IV.17.....	50
Tabel IV.18.....	50
Tabel IV.19.....	50
Tabel IV.20.....	51
Tabel IV.21.....	51
Tabel IV.22.....	52
Tabel IV.23.....	52
Tabel IV.24.....	52
Tabel IV.25.....	53
Tabel IV.26.....	53
Tabel IV.27.....	54
Tabel IV.28.....	54

Tabel IV.29.....	54
Tabel IV.30.....	55
Tabel IV.31.....	55
Tabel IV.32.....	56
Tabel IV.33 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	56
Tabel IV.34 Deskripsi Variabel Harga.....	58
Tabel IV.35 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	59
Tabel IV.36 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel IV.37 HASIL UJI NORMALITAS.....	61
Tabel IV.38 HASIL UJI MULTIKOLONEARITAS	62
Tabel IV.39 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Statistik	64
Tabel IV.40 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel IV.41 Hasil Koefisien Determinasi.....	66
Tabel IV.42 Hasil Uji t.....	66
Tabel IV.43 Hasil Uji F.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN - 1	74
LAMPIRAN - 2	78
LAMPIRAN - 3	83
LAMPIRAN - 4	86
LAMPIRAN - 5	87
LAMPIRAN - 6	88
LAMPIRAN - 7	89
LAMPIRAN - 8	90
LAMPIRAN - 9	91



ABSTRAK

Nabilla Natasya Prahastiwi, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 11 (Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Manajemen UKI)

Di era revolusi industri pada saat ini handphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Kehadiran teknologi maju dirasakan sangat berguna untuk mempermudah pekerjaan manusia sehingga pekerjaan yang sulit dan kompleks dapat terselesaikan dalam waktu yang relatif singkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone iphone 11 pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Kristen Indonesia. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden yang sudah memiliki kriteria, sudah menggunakan produk tersebut, dan berada dikomunitas yang sama sebanyak 50 orang responden dengan menggunakan purposive sampling. Variabel independent dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, harga, dan citra merek, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan smartphone iphone 11, ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone iphone 11, ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone iphone 11, terdapatnya pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone iphone 11 adalah 78% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Saran pada penelitian ini bagi pihak perusahaan Smartphone iphone diharapkan mampu menambah kualitas produknya, serta berinovasi pada setiap produknya sehingga dapat menciptakan smartphone yang canggih yang berbeda dari smartphone lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nabilla Natasya Prahastiwi, The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Iphone 11 Smartphone Purchase Decisions (Case Study of UKI FEB Management Student)

In the era of the industrial revolution, mobile phones are one of the fastest growing technologies. The presence of advanced technology is felt to be very useful in facilitating human work so that difficult and complex jobs can be completed in a relatively short time. This study aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on purchasing decisions for the iPhone 11 smartphone among students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, Indonesia Christian University. The data source used is primary data obtained through distributing questionnaires to respondents who already have the criteria, have used the product, and are in the same community as many as 50 respondents using purposive sampling. The independent variables in this study consist of product quality, price, and brand image, while the dependent variable is the purchase decision. The analysis used in this study includes validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), t test, and f test. The results of this study indicate that there is no effect of product quality on iPhone 11 smartphone decisions, there is an effect of price on the purchase decision of the iPhone 11 smartphone, there is an effect of brand image on the purchase decision of the iPhone 11 smartphone, there is an effect of product quality, price, and brand image on the purchase decision of the iPhone 11 smartphone is 78% and the rest is influenced by other variables that not included in this research. Suggestions in this research for the iPhone smartphone company are expected to be able to increase the quality of their product and innovate in each of their products so that they can create sophisticated smartphones that are different from other smartphones.

Keywords : Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision