

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK APPLE  
(IPHONE) DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



**AzaliaWidya Sari**

**111600961**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2021**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK APPLE (IPHONE) DI YOGYAKARTA**

Di ajukan oleh:

Azalia Widya Sari

No. Mhs. 111600961

Yogyakarta, Februari 2021

Telah di setujui oleh :

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

## HALAMAN PENGESAHAN

### **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP *SMARTPHONE* MEREK APPLE (IPHONE) DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Penguji Jurusan Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal... ,Februari 2021

Yang terdiri atas :

Ketua Penguji



Dr. Yunita Anggarini, M.Si.

Anggota Penguji



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

## **PERYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK APPLE (IPHONE) DI YOGYAKARTA” dan diajukan untuk diuji pada tanggal .... Februari 2021, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan dan sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik di sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, ... Februari 2021  
Yang memberi pernyataan,

Azalia Widya Sari

Saksi 1, selaku Pembimbing skripsi dan Anggota Penguji skripsi



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

Saksi 2, selaku Ketua Tim Penguji skripsi



Dr. Yunita Anggarini, M.Si

**MOTTO**

**“Keistimewahan dari sebuah kehidupan adalah menjadi  
dirimu sendiri”**

**-Joseph Campbell**

## **PERSEMBAHAN**

1. Bapak Ambar Laut dan Ibu Disnawati Dachlan selaku orangtua tercinta yang selalu mendoakan, selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, memberikan banyak inspirasi, mengajarkan untuk selalu mengingat kepada yang maha kuasa, mengajarkan artinya kehidupan yang berliku-liku pada tahun 2020 yang penuh banyak cobaan dan mengajarkan rasa sabar yang tinggi.
2. Kakakku Yenni Aryani, Dian Mulya Sari dan Aldi Sanjaya Putra yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat dan selalu ada di saat penulis membutuhkan bantuan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang dan hidaya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple (iPhone) di Yogyakarta. Skripsi ini disusun dan diajukan guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan arahan, bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimah kasih kepada Yth :

1. Bapak Dr. Suparmono, M.si. selaku ketua STIM YKPN (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara) Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, membimbing dan masukan selama penyusunan skripsi.
3. Bapak Ambar Laut dan Ibu Disnawati Dachlan selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi dan kasih sayang yang tulus kepada penulis.

4. Semua dosen dan karyawan STIM YKPN Yogyakarta yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan pelayanan selama penulis menempuh studi di kampus.
5. Kakak Yenni Aryani, Dian Mulya Sari dan Aldi Sanjaya Putra tercinta serta segenap keluarga besar yang mendoakan, memberikan dukungan, motivasi dan kasih sayang untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Andri Pin Arso sebagai sahabat terdekat yang telah memberikan masukan, dorongan, motivasi, semangat dan mendukung proses penyusunan skripsi ini.
7. Dinda, Megi, Tenri, Farah, Reni, Umi dan Irma sebagai sahabat terdekat dan sodara yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman dari STIM YKPN Yogyakarta angkatan 2016 yang telah memberikan masukan dan dorongan kepada penulis.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dari pihak yang membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, ... Februari, 2021

Penulis

Azalia Widya Sari



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Smartphone merek Apple (iPhone) di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *Smartphone* iPhone merek Apple di Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Apple (iPhone) di Yogyakarta hasil dari koefisien regresi sebesar +0,285 dan nilai signifikansi sebesar 0,047. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Apple (iPhone) di Yogyakarta hasil dari koefisien regresi sebesar +0,753 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dan arah hubungan positif terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Apple (iPhone) di Yogyakarta dari hasil nilai signifikansi sebesar 0,286 dan koefisien regresi sebesar +0,148.

**Kata kunci:** *harga, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian*

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of price, brand image and product quality on purchasing decisions for Apple Smartphones (iPhone) in Yogyakarta. The data collection technique in this research is through distributing questionnaires using Google Form. The population in this study are consumers who use the Apple brand iPhone Smartphone in Yogyakarta. Samples taken as many as 100 respondents were determined using purposive sampling technique.*

*The results showed that the price had a positive and significant effect on the purchase decision of the Apple smartphone (iPhone) in Yogyakarta. The result of the regression coefficient was +0.285 and a significance value of 0.047. Brand image has a positive and significant effect on the purchase decision of the Apple brand Smartphone (iPhone) in Yogyakarta. The result of the regression coefficient is +0.753 and a significance value of 0.000. While product quality does not have a significant effect and the direction of the positive relationship to the purchase decision of the Apple brand Smartphone (iPhone) in Yogyakarta is the result of a significance value of 0.286 and a regression coefficient of +0.148.*

***Keywords: price, brand image, product quality, purchase decision***

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Masalah .....	7
E. Manfaat Masalah .....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....	9
A. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	9
B. Hubungan Antara Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	11
C. Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....	12
D. Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian .....	13

<b>E. Kerangka Penelitian</b> .....	13
<b>BAB III METODOLOGI</b> .....	15
<b>A. Definisi Konsep</b> .....	15
<b>B. Definisi Operasional</b> .....	22
<b>C. Jenis Penelitian</b> .....	23
<b>D. Jenis dan Sumber Data</b> .....	24
<b>E. Populasi dan Sampel</b> .....	24
<b>F. Metode Pengumpulan Data</b> .....	25
<b>G. Uji Instrumen</b> .....	26
<b>H. Analisis Linear Berganda</b> .....	29
<b>I. Uji Hipotesis</b> .....	30
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN APPLE INC</b> .....	32
<b>A. Gambaran Umum Perusahaan Apple Inc</b> .....	32
1. Sejarah Apple Inc.....	32
2. Visi Misi Perusahaan Apple Inc.....	34
3. Logo Apple Inc .....	35
4. Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Apple Inc.....	35
<b>B. Analisis Data</b> .....	49
1. Karakteristik Responden .....	49
2. Uji Instrumen .....	49
3. Uji Asumsi Dasar .....	53
4. Uji Asumsi Klasik.....	54

5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
6. Uji Hipotesis .....	57
C. Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2 Hasil Uji Validitas .....	50
4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
4.4 Hasil Uji Normalitas .....	53
4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	55
4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	56
4.8 Hasil Uji F ( <i>goosdness Of Fit</i> ).....	58
4.9 Hasil Uji t .....	59
4.10 Hasil Uji Koefsien determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

1.1 <i>Global top 10 Smartphone</i> .....	3
2.1 Kerangka Penelitian .....	14
4.1 Logo Apple Inc .....	35