



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
IPHONE DI JABODETABEK**

SKRIPSI

MUHAMMAD ROMADHONI RIZKI HIDAYANTO

2010111172

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN

JAKARTA

2023



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
IPHONE DI JABODETABEK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

MUHAMMAD ROMADHONI RIZKI HIDAYANTO

2010111172

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto

NIM. : 2010111172

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto
NIM : 2010111172
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Produk iPhone di Jabodetabek**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Desember 2023



(Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto)

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI
JABODETABEK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

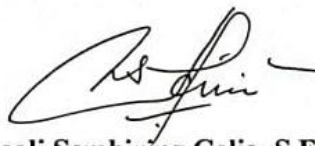
MUHAMMAD ROMADHONI RIZKI HIDAYANTO 2010111172

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 18 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Suharvati, S.E., M.M

Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M

Penguji I



Drs. Nobelson, M.M., CPM

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Desember 2023

The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions for iPhone Products in Jabodetabek

By Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto

Abstract

One of the most popular smartphone brands sold in Indonesia is the iPhone. This quantitative research aims to determine the effect of brand image, product quality, and price on purchasing decisions for iPhone products. This study uses non-probability sampling techniques with purposive sampling. The research sample is iPhone users who live in Jabodetabek, and are in the age range of 17-42 years. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis through descriptive and inferential analysis using Partial Least Square with the SmartPLS 4.0 test tool. From the results of the study it was found that (1) brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.331. (2) Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.467. (3) Price has no effect and is not significant to purchasing decisions. The variables used in this study such as brand image, product quality, and price have an influence on the purchasing decision variable by 57.5% and the remaining 42.5% is influenced by other variables not used in this study.

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

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone di Jabodetabek

Oleh Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto

Abstrak

Salah satu *brand* besar *smartphone* yang dipasarkan di Indonesia adalah iPhone. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk iPhone. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sampel penelitian adalah pengguna iPhone berdomisili di Jabodetabek, serta berada di rentang umur 17-42 tahun. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Analisis data melalui analisis deskriptif dan inferensial menggunakan *Partial Least Square* dengan alat uji SmartPLS 4.0. Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa (1) *brand image* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,331. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,467. (3) Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang digunakan pada penelitian ini seperti *brand image*, kualitas produk, dan harga memberikan pengaruh kepada variabel keputusan pembelian sebesar 57,5% dan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, iPhone.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 18 Desember 2023:

Nama : Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto
No.Pokok Mahasiswa : 2010111172
Program : Manajemen S.1

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI JABODETABEK
Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, M.M., CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 18 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan usulan penelitian berjudul **”Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone Di Jabodetabek,”** dapat berjalan dengan baik.

Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan usulan penelitian baik dukungan teknis, moral, dan emosional sehingga bisa menyelesaikan usulan penelitian dengan baik dan maksimal. Beberapa pihak tersebut diantaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak Drs. Nobelson, MM.,CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua beserta keluarga yang telah memberikan dukungan secara lahir dan batin.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca dalam meningkatkan pengetahuan sekaligus wawasan, dan juga dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 18 Desember 2023

Muhammad Romadhoni Rizki Hidayanto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Perilaku Konsumen	11
2.1.3. Keputusan Pembelian	12
2.1.4. <i>Brand Image</i>	15
2.1.5. Kualitas Produk	17
2.1.6. Harga	19
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	20
2.3. Model Penelitian Empiris	31
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31

2.3.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1. Definisi Operasional	33
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1. Jenis Data.....	35
3.3.2. Sumber Data	35
3.3.3. Pengumpulan Data.....	36
3.4. Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif	37
3.4.2. Teknik Analisis Statistik Inferensial	38
3.4.3. Uji Validitas	42
3.4.4. Uji Reliabilitas.....	43
3.4.5. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	44
3.4.6. Uji <i>Q-Square</i>	44
3.4.7. Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	46
4.2. Deskripsi Data Penelitian	49
4.3. Uji Hipotesis dan Analisis	57
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif	57
4.3.2. Analisis Statistik Inferensial	61
4.4. Pembahasan	69
4.4.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.4.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76

5.1. Simpulan.....	76
5.2. Keterbatasan Penelitian	77
5.3. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
RIWAYAT HIDUP	83
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pangsa Pasar iPhone berdasarkan Negara pada Kuartal I 2023	2
Tabel 2. Pangsa Pasar Smartphone Android di Indonesia.....	3
Tabel 3. Perbandingan Spesifikasi dan Harga iPhone dan Samsung Kelas <i>Flagship</i>	6
Tabel 4. Rata-rata Pendapatan Bersih Sebulan Pekerja di Indonesia.....	7
Tabel 5. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 6. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 7. Skala Likert	36
Tabel 8. Kisi-kisi Instrumen.....	36
Tabel 9. Penilaian Jawaban Kuesioner	37
Tabel 10. Nilai Indeks dan Interpretasi Responden.....	38
Tabel 11. <i>Rule of Thumb</i> Uji Validitas.....	43
Tabel 12. <i>Rule of Thumb</i> Uji Reliabilitas	43
Tabel 13. <i>Rule of Thumb</i> Uji R-Square	44
Tabel 14. Seri iPhone yang Digunakan Responden	52
Tabel 15. Nilai Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 16. Nilai Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Image	58
Tabel 17. Nilai Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk...59	
Tabel 18. Nilai Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Harga.60	
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i>	62
Tabel 20. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	63
Tabel 21. Nilai <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 22. Nilai HTMT.....	65
Tabel 23. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 24. Nilai <i>R-Square</i>	67
Tabel 25. Nilai <i>Q-Square</i>	67
Tabel 26. Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> berdasarkan Negara-negara di Dunia pada Tahun 2022.....	1
Gambar 2. Penilaian Indeks Merek Subkategori: <i>Smartphone</i>	4
Gambar 3. Alasan Responden Menggunakan Ponsel Pintar iPhone	5
Gambar 4. Alasan Masyarakat Indonesia memilih Android daripada iPhone.....	8
Gambar 5. Model Penelitian	32
Gambar 6. Langkah-langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	39
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	40
Gambar 8. <i>Outer Model</i>	41
Gambar 9. Kerangka Model Penelitian.....	41
Gambar 10. Beberapa Pilihan Produk iPhone Terbaru.....	46
Gambar 11. Pernyataan Konfirmasi Domisili Responden	50
Gambar 12. Pernyataan Konfirmasi Pengguna iPhone	50
Gambar 13. Pernyataan Konfirmasi Rentang Umur Responden.....	51
Gambar 14. Seri iPhone yang Digunakan Responden.....	51
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	53
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Gambar 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan	56
Gambar 20. Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i>	62
Gambar 21. Hasil Pengukuran <i>Inner Model</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	89
Lampiran 3. Karakteristik Data Responden.....	99
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> SmartPLS 4.0	102
Lampiran 5. <i>Output Outer</i> Model Penelitian	105
Lampiran 6. <i>Output Inner</i> Model Penelitian.....	106
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	107
Lampiran 8. Bukti Pengecekan Plagiarisme	109