

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN IPHONE DENGAN STRATEGI BERSAING
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada konsumen iPhone di Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Fadila Rahma

NIM : 43116110108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadila Rahma

Nim : 43116110108

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila mengutip dari hasil karya orang lain, maka mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 September 2020



Fadila Rahma
Nim : 43116110108

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fadila Rahma
Nim : 43116110108
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian iPhone Dengan Strategi Bersaing Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Konsumen iPhone di Jakarta).
Tanggal Lulus : 14 September 2020

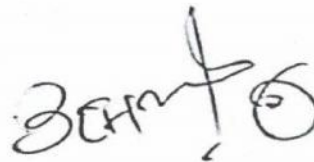
Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Dr. Yanto Ramli, MM
Tanggal : 21 September 2020

Ketua Penguji,



Yennida Parmariza, S.Sos., MM
Tanggal : 21 September 2020

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA
Tanggal : 07 Oktober 2020

**Ketua Program Studi
S1 Manajemen,**



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal : 07 Oktober 2020

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian iPhone dengan strategi bersaing sebagai variabel intervening. Objek penelitian ini adalah konsumen produk iPhone yang telah melakukan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen iPhone di daerah Meruya Jakarta Barat dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 210 responden yang diambil dengan teknik *convenience sampling* dan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan *software Output* pengolahan dengan SPSS 23, 2020 dan Data primer diolah menggunakan Smart-PLS, 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t (*bootsrapping*) variabel independen harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel intervening dan dependen yaitu strategi bersaing dan keputusan pembelian di produk iPhone.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Strategi Bersaing, Keputusan Pembelian, iPhone.

ABSTRACT

This study is to determine the factors that influence the purchase of an iPhone with a competitive strategy as an intervening variable. The object of this research is iPhone product consumers who have made a purchase. The population in this study were iPhone consumers in the Meruya area of West Jakarta with a total sample of 210 respondents who were taken by convenience sampling technique and this study used a quantitative descriptive approach. The data analysis used in this research is statistical analysis with Output processing software with SPSS 23, 2020 and primary data is processed using Smart-PLS, 2020. The results of this study indicate that by t-test (bootsrapping) the independent variables are price, product quality and citra merek. It has a positive and significant effect on the intervening and dependent variables, namely competitive strategies and purchasing decisions on iPhone products.

Keywords : *Price, Product Quality, brand image, Competitive Strategy, Buying Decision, iPhone.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian iPhone Dengan Strategi Bersaing Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Konsumen iPhone di Jakarta)”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang

telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
5. Kedua orangtua tercinta Bapak Edison Rusli dan Ibu Zarnelis yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran

yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 22 September 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fadila Rahma', written over a horizontal line.

Fadila Rahma

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Harga.....	14
3. Kualitas Produk.....	19
4. Citra Merek	19.
5. Strategi Bersaing	23
6. Keputusan Pembelian.....	26
7. Penelitian Terdahulu	32
B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	36
1. Kerangka Pemikiran.....	36
2. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
1. Waktu Penelitian	38

2. Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
D. Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data.....	47
1. Analisis Partial Least Square	47
2. Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS	48
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Statistik Deskriptif.....	53
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	60
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
a. Uji Validitas	61
b. Uji Reliabilitas	68
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
a. Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	69
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	70
c. Evaluasi Pengujian Hipotesa.....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
A. SIMPULAN	79
B. SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Smarthphone	3
1.2	Top Brand Index Kategori <i>Smartphone</i> 20117	4
1.3	Daftar Harga <i>Smartphone</i> Terbaru November 2019	5
1.4	Hasil Pra-Survei.....	7
2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
3.1	Operasional Variabel.....	41
3.2	Instrument Skala Likert.....	44
4.1	Jenis Kelamin Responden.....	52
4.2	Usia Responden.....	53
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	54
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	55
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	56
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Strategi Bersaing	57
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	58
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	61
4.9	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	63
4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	66
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Critetion)</i>	66
4.13	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	67
4.14	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	68
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootsrapping</i>).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	42
4.1	Hasil Algoritma PLS	60
4.2	Hasil Uji <i>Bootsrapping</i>	73
4.3	Hasil Uji <i>Bootsrapping</i> (Uji T-Statistic)	77