

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE APPLE DI JAKARTA**

SKRIPSI



Nama : Andronikus

NIM : 43118010092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE APPLE DI JAKARTA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Andronikus

NIM : 43118010092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andronikus

NIM : 43118010092

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 November 2022



Nama: Andronikus

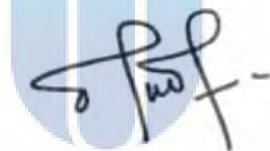
NIM: 43118010092

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andronikus
NIM : 43118010092
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple Di Jakarta
Tanggal Sidang : 17 November

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, SE, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr Erna Sofriana Imaningsih, SE., M,Si

Ketua Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 12221933



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple Di Jakarta”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas seminar dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis 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 Hamdan SE, 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 nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Dr. Erna Sofriana Imaningsih, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
- 3) Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

- 4) Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan *support* yang tiada henti dalam memberikan do'a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
- 5) Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
- 6) Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 17 November 2022

Andronikus

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN.....	14
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
2. Keputusan Pembelian.....	16
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
b. Proses Keputusan Pembelian	18
c. Faktor Penyebab Keputusan Pembelian	24
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	25
3. Kualitas Produk.....	26
a. Pengertian Kualitas Produk.....	26
b. Karakteristik Produk	27

c. Faktor Penyebab Kualitas Produk	30
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	31
4. Harga	32
a. Pengertian Harga	32
b. Tujuan Penetapan Harga	32
c. Faktor Penyebab Harga	34
d. Dimensi dan Indikator Harga.....	35
5. Citra Merek	36
a. Pengertian Citra Merek	36
b. Faktor Penyebab Citra Merek	37
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	38
6. Penelitian Terdahulu	39
B. Pengembangan Hipotesis	45
C. Rerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	50
1. Definisi Variabel	50
2. Definisi Operasional Variabel.....	52
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi	54
2. Sampel Penelitian.....	55
F. Jenis Data Penelitian	55
G. Teknik Pengumpulan Data.....	56
H. Metode Analisis Data.....	57
1. Analisis Deskriptif	57
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	58
3. Uji Hipotesis.....	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	65
B. Analisis Deskriptif	66
1. Karakteristik Responden	66
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	69
C. Hasil Uji Kualitas Data	73
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	73
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)...	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
A. Simpulan	83
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Daftar Pesaing Apple di Indonesia.....	6
1.2	Daftar Harga Apple Inc dan Pesaing.....	8
1.3	Hasil Pra Survey	10
2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
3.1	Operasional Variabel	52
3.2	Instrumen Skala Likert	54
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif	59
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	60
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	68
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel.....	69
	Kualitas Produk	
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel.....	70
	Harga	
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel.....	71
	Citra Merek	
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	72
	Keputusan Pembelian	
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	73
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	75
4.11	Hasil Pengujian AVE	76
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	77
4.13	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	77
4.14	Nilai R^2 Variabel Endogen	78
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Data Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2011-2022	3
1.2.	<i>Market Share</i> Apple Tahun 2021	7
2.1.	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.2.	Rerangka Konseptual.....	47
4.1.	Hasil Algoritma PLS	74
4.2.	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	90
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	94
3	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	116
4	Hasil Olah Data PLS.....	127

