

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IPHONE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Nama : Narwati

NIM : 43116120274

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IPHONE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

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



Nama : Narwati

NIM : 43116120274

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Narwati

Nim : 43116120274

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari 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.

Jakarta, 02 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



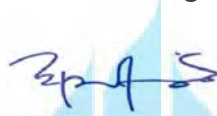
Narwati
NIM : 43116120274

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Narwati
NIM : 43116120274
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 09221602



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Harwikarya, M.T selaku Plt Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
5. 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.

6. Kedua orangtua tercinta Bapak dan Ibu motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teristimewa pacarku yang selalu memberikan dukungan tiada hentinya.
8. Teman-teman seperjuangan dari keluarga yang selalu menjadi keluarga dekat selama di Universitas Mercu Buana.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Agustus 2022

Narwati
NIM: 43116120274

DAFTAR ISI

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	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen	17
b. Model Perilaku Konsumen	18
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
2. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	23
3. Keputusan Pembelian.....	24
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
b. Model dan Pengambilan Keputusan Konsumen	25
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26

d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	28
4. Minat Beli	30
a. Pengertian Minat Beli.....	30
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	31
c. Model Stimuli AIDA.....	33
d. Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	34
5. Kualitas Produk.....	34
a. Pengertian Kualitas Produk.....	34
b. Siklus Hidup Produk	35
c. Perspektif Terhadap Kualitas Produk.....	36
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	38
6. Persepsi Harga.....	39
a. Pengertian Persepsi Harga.....	39
b. Tujuan Penetapan Harga	40
c. Metode Penetapan Harga.....	42
d. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	43
7. Gaya Hidup	44
a. Pengertian Gaya Hidup	44
b. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	45
c. Dimensi dan Indikator Gaya Hidup.....	47
8. Penelitian Terdahulu	48
B. Pengembangan Hipotesis.....	51
1. Hubungan Antar Variabel	51
2. Rerangka Pemikiran	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	58
B. Desain Penelitian	58
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	59
1. Definisi Variabel	59
2. Operasional Variabel.....	60
D. Pengukuran Variabel.....	63

E. Populasi dan Sampel Penelitian	63
1. Populasi.....	63
2. Sampel.....	64
3. Teknik Sampel	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	65
G. Metode Analisis Data	66
1. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	66
2. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	68
3. Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
1. Sejarah Singkat Smartphone iPhone	70
2. Visi dan Misi.....	72
B. Statistik Deskriptif	72
1. Deskripsi Responden.....	72
2. Deskripsi Variabel.....	75
C. Hasil Uji Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	82
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	92
D. Pembahasan Hasil Penelitian	97
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	97
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	98
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Minat Beli	100
4. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	101
5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
6. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
7. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian ...	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Negara Teratas Pengguna <i>Smartphone</i> 2020	1
1.2	Perusahaan <i>Smartphone</i> Teratas Berdasarkan Pengiriman <i>Smartphone</i> Sedunia dari Tahun ke Tahun (dalam Jutaan.....	2
1.3	Mobile Vendor Market Share Indonesia Desember 2020	6
1.4	<i>Head to Head</i> Apple iPhone Xs VS Samsung Galaxy S10.....	7
1.5	Daftar Harga Produk Apple Inc dan Samsung	8
1.6	Pra Survey Penelitian	10
2.1	Penelitian Terdahulu	48
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	61
3.2	Skala Likert	63
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2	Responden Berdasarkan usia.....	73
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	74
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	75
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	77
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup.....	78
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	79
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	80
4.10	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	83
4.11	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	86
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross loadings</i>).....	87
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>)	89
4.14	Hasil Pengujian <i>Average Variant Extracted</i> (AVE).....	90
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	91
4.16	Nilai R^2 Variabel Endogen	92
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	<i>Global Market Share by Vendor</i>	3
1.2	Penjualan Smartphone Secara Global (Dalam Jutaan Unit)	4
1.3	Tampilan Produk dan Menu iPhone.....	5
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	18
2.2	Kerangka Konseptual	57
4.1	Hasil Algoritma PLS	84
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	86
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner	115
2.	Karakteristik Responden	121
3.	Hasil Jawaban Responden	127
4.	Hasil Uji Model Pengukuran Outer Model	155
5.	Hasil Uji Model Struktural	161

