

**PENGARUH HARGA, EKUITAS MEREK DAN ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI



Nama : Arief Rakhman Hakim

Nim : 43111010200

Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

**PENGARUH HARGA, EKUITAS MEREK DAN ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

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



Nama : Arief Rakhman Hakim
Nim : 43111010200

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arief Rakhman Hakim

Nim : 43111010200

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,



Arief Rakhman Hakim

NIM: 43111010200

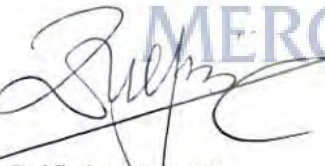
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Arief Rakhman Hakim
NIM : 43111010200
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Ekuitas Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana)
Tanggal Lulus Ujian : 22 Agustus 2017

Disahkan Oleh:

Pembimbing, **UNIVERSITAS** Ketua Penguji

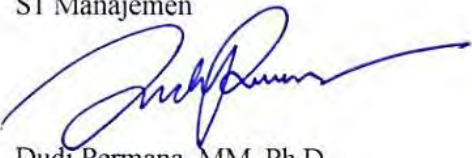
MERCU BUANA


Zulfitri, MP., MM
Tanggal :


Tri Wahyono, SE., MM
Tanggal : 26-8-2017

Dekan,

Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA
Tanggal :

Ketua Program Studi
S1 Manajemen

Dudi Permana, MM., Ph.D
Tanggal : 28/8-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Ekuitas Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi pada Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 Zulfitri MP.,MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, AK., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Soelton, S.Psi., MM selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Ryani Dhyan Parashakti SE., MM selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

7. Kedua orang tua tercinta Ibu Noorhayati dan Bapak Lukman Hakim serta kedua kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua teman-teman Universitas Mercu Buana.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

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 khususnya bagi penulis dan pembacanya umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 15 Juli 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Arief Rakhman Hakim

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Harga	13
2. Merek	23
3. Produk	28
4. Perilaku Konsumen.....	39
B. Rerangka Pemikiran.....	53
C. Hipotesis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	56
B. Desain Penelitian.....	56
C. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Penelitian Pustaka	57
2. Penelitian Lapang.....	57
D. Jenis dan Sumber Data	57
1. Data Kuantitatif.....	57
2. Data Kualitatif.....	57
E. Populasi dan Sampel	58
F. Definisi Operasional.....	59
G. Metode Analisis	61
1. Uji Kualitas Data.....	63
a. Uji Validitas.....	63
b. Uji Reliabilitas.....	64
2. Uji Asumsi Klasik.....	66

	a. Uji Multikolinieritas.....	66
	b. Uji Heteroskedastisitas.....	67
	c. Uji Normalitas.....	67
	3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
	4. Uji Hipotesis.....	68
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
	Karakteristik Profil Responden	75
	1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	76
	2. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	76
	3. Deskripsi Responden berdasarkan Perbulan	77
	4. Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Smartphone yang dimiliki	77
	B. Hasil Uji Kualitas Data	78
	1. Uji Validitas	78
	2. Uji Reliabilitas	80
	C. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	81
	D. Hasil Uji Asumsi Klasik	82
	1. Uji Normalitas	82
	2. Uji Multikolinearitas	84
	3. Uji Heteroskedastisitas.....	86
	E. Hasil Uji Hipotesis	88
	1. Persamaan Regresi Linier berganda.....	88
	2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).	90
	3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	96
	4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	98
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	100
	B. Keterbatasan Penelitian	101
	C. Saran.....	101
	DAFTAR PUSTAKA.....	102
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Macam-macam jenis iOS	3
1.2	Data Pangsa Pasar Smartphone di Pasar Dunia tahun 2014-2015... 5	
1.3	Data penjualan iPhone pada kuartal ke 3 tahun 2015.....	6
3.1	Definisi Operasional.....	60
3.2	Tabel Uji Reabilitas.....	66
3.3	Koefisien Korelasi dan Taksirannya	72
4.1	Dekripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2	Dekripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	77
4.3	Dekripsi Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	77
4.4	Dekripsi Responden berdasarkan Jumlah Smartphone dimiliki.....	78
4.5	Hasil Uji Validitas Item	79
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	81
4.7	Hasil Analisis deskriptif statistic descriptive statistics	81
4.8	Hasil Uji Normalitas metode Kolmogorov Smirnov	84
4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Uji Park	87
4.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
4.12	Hasil Uji T (Uji Secara Parsial)	90
4.13	Hasil Uji F (Koefisien Regresi secara Bersama-sama).....	96
4.14	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Pertumbuhan iOS	4
2.1	Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	45
4.1	Uji Normalitas.....	83
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik.....	86
4.3	Daerah Penentuan HO (Pengaruh X1 terhadap Y)	92
4.4	Daerah Penentuan HO (Pengaruh X2 terhadap Y)	94
4.5	Daerah Penentuan HO (Pengaruh X3 terhadap Y)	95
4.6	Daerah Penentuan HO pada Uji F	98

