

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

GALANG RAMA PUTRA

NPM : 19420098

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galang Rama Putra
NPM : 19420098
Alamat : Pulo Wonokromo no.228 ,Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan ini judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA”** Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat dan plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan

Galang Rama Putra
(19420098)

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

GALANG RAMA PUTRA

NPM : 19420098

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Indahwati, SE, M.Si

Tanggal, 12 Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Tanggal, 12 Januari 2023

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA

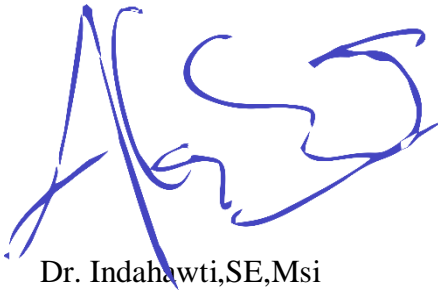
Dipersiapkan dan disusun Oleh :

GALANG RAMA PUTRA

NPM : 19420098

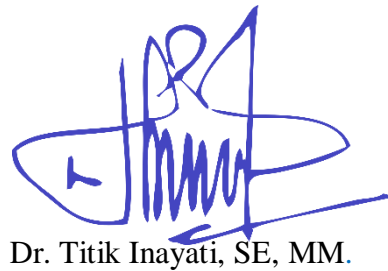
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Indahawti, SE, Msi

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Titik Inayati, SE, MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Atty Erdiana, SE, M.Ak.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI SURABAYA”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program, studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini meneliti 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas produk, variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini berlatar belakang pada gerai produk Smartphone merek iPhone. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji simultan dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril ataupun material secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Dr. Kristiningsing.,SE.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Indahwati,SE,MSi selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, Ayah dan Ibu yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan baik dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman penulis Edo, Bryan, Ridho, Mita yang telah selalu ada saat penulis membutuhkan saran dan kritik atas penulisan skripsi ini serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis agar tetap kuat dalam dunia perkuliahan.
10. Rekan-rekan seangkatan 2019 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.
11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuanyang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya,.....

Penulis

(GALANG RAMA PUTRA)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Citra Merek.....	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.4 Model Penelitian.....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	18
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	18
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel.....	21

3.5.3 Teknik Sampling	21
3.6 Teknik Analisis Data	22
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	23
3.6.2 Uji Model Analisis	23
3.6.3 Uji Kelayakan Model	25
3.6.4 Uji Hipotesis	25
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Responden	26
4.1.1 Jenis Kelamin	26
4.1.2 Pekerjaan	27
4.2 Deskripsi Variabel	27
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	27
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	28
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	29
4.3 Hasil Analisis Data	29
4.3.1 Hasil Uji Validitas	29
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	30
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	31
4.3.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	32
4.3.5 Hasil Pengujian Secara Simultan	33
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis	34
4.4 Pembahasan	35
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Surabaya	35
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Surabaya	36
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	37
5.2.1 Bagi Perusahaan	37
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	38
5.2 Keterbatasan Penelitian	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share <i>Smartphone</i> Tahun 2019-2020	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	26
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	27
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	27
Tabel 4.4 Tanggapan Respoden terhadap Citra Merek	28
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk	28
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	29
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	30
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	31
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	33
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji F	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia berdasarkan pulau	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia berdasarkan usia	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 SPSS

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Iphone di Surabaya. Variabel bebas yang digunakan adalah citra merek dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah warga yang berdomisili di Surabaya yang sudah pernah membeli Iphone. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian adalah 39 responden. Metode pengumpulan data penelitian adalah kuesioner. Teknik analisis data penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis dengan uji f dan t yang menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone di Surabaya. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk, diharapkan Iphone tetap mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk serta memperbanyak promosi sehingga masyarakat lebih mengenal dan tetap memilih Iphone dibandingkan dengan produk lainnya. Dengan kualitas yang selalu terjaga maka Iphone akan memiliki citra merek yang bagus dipandangan masyarakat.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE PURCHASE
DECISIONS IN SURABAYA***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and product quality on Iphone purchasing decisions in Surabaya. The independent variables in this study are brand image and product quality. While the bond variable is the purchase decision. The population in this study are residents who live in Surabaya who have purchased Iphone products. Determination of the sample was carried out by using nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The sample used was 39 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis technique using multiple linear regression analysis. The results of testing the hypothesis with the f test and t test show that brand image and product quality variables have a significant effect on Iphone purchasing decisions in Surabaya. To increase product purchasing decisions, it is hoped that Iphone will always maintain and improve product quality and increase promotions so that people are more familiar with and continue to choose Iphone compared to other products. With quality that is always maintained, the Iphone will have a good brand image in the eyes of the public.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision