

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI APPLE IPHONE
(Studi Pada Pengguna Iphone di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:
IRFAN ADITYA HARIADI
1502010226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

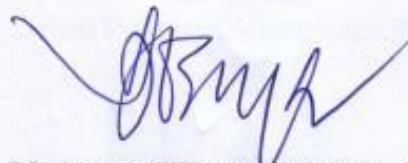
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI APPLE IPHONE
(Studi Pada Pengguna Iphone di Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh :
IRFAN ADITYA HARIADI
1502010226

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
NIK. 2160159

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Irfan Aditya Hariadi
NIM : 1502010226
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*
dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Apple Iphone
(Studi Pada Pengguna Iphone di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI


Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc



Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 19 Agustus 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irfan Aditya Hariadi

NIM : 1502010226

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 19 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Irfan Aditya Hariadi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irfan Aditya Hariadi
NIM : 1502010226
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI APPLE IPHONE (Studi Pada Pengguna Iphone di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhamamdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemelik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 19 Agustus 2020

Yang menyatakan,

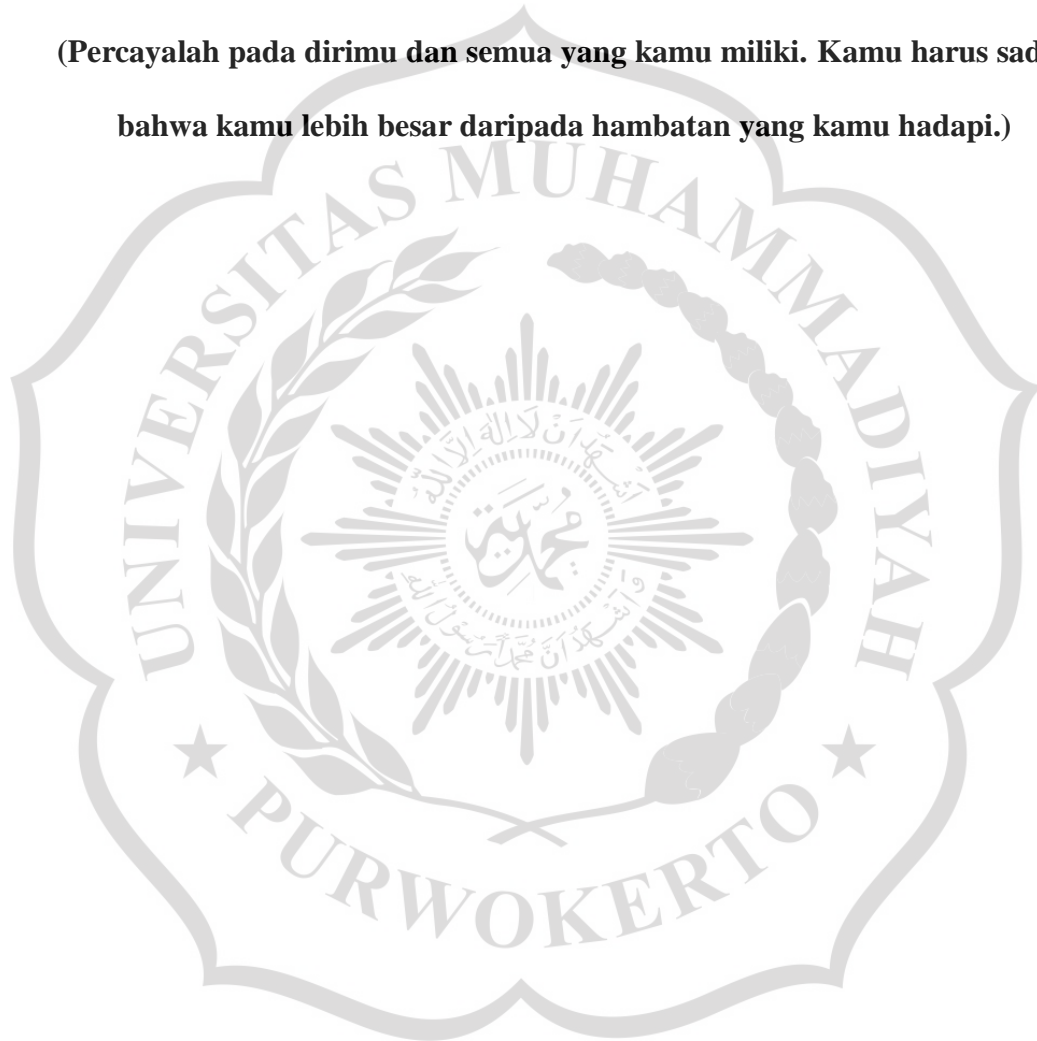


Irfan Aditya Hariadi

MOTTO

**" Believe in yourself and all that you are. Know that there is something inside
you that is greater than any obstacle."**

**(Percayalah pada dirimu dan semua yang kamu miliki. Kamu harus sadar
bahwa kamu lebih besar daripada hambatan yang kamu hadapi.)**



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibu saya tercinta (Bapak Djoko dan Ibu Rosminati) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan do'a yang telah diberikan selama ini. Saudara-saudaraku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini. Saudariku (Alfira Puspita Hariadi) tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Purnadi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
6. Untuk kedua orang tua Bapak Djoko dan Ibu Rosminati. Saudariku Alfira Puspita Hariadi serta saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
7. Untuk keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan moral mapupun materiil, memberi nasihat dan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat dekat Putri Azzhimi, Ali, Rhapsody, Selyarbi, Dika, Gian, Aswin, Meno, Moyo, Ozi, Ahmad, Heri, Hana, Syahrul, dan teman-teman lain terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, do'a dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas D angkatan 2015. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam meyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 12 Agustus 2020

Penulis

Irfan Aditya Hariadi



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI APPLE IPHONE
(Studi Pada Pengguna Iphone di Purwokerto)**

Oleh :

Irfan Aditya Hariadi¹

(Email : Irfanadityaha20@gmail.com)

M. Agung Miftahudin²

(Email : amif_ump@yahoo.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image* dan persepsi harga terhadap minat beli apple iphone di Purwokerto. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa/i di sekitaran Purwokerto. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 sampel dengan beberapa kriteria yang telah disyaratkan. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil analisis regresi menunjukkan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, *brand image* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, persepsi harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, secara simultan kualitas produk, *brand image* dan persepsi harga merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : kualitas produk, *brand image* dan persepsi harga dan minat beli

***THE ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY,
BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION OF
INTEREST IN BUYING APPLE IPHONE
(Study On Iphone Users In Purwokerto)***

By :
Irfan Aditya Hariadi¹
(Email : Irfanadityaha20@gmail.com)

M. Agung Miftahudin²
(Email : amif_ump@yahoo.com)

*Faculty of Economic and Business
Muhammadiyah University of Purwokerto*

ABSTRACT

This study analyzed the effect of product quality, brand image, and price perception on the buying interest of apple iPhone in Purwokerto. The population of this research is university students around Purwokerto. The sampling method used was purposive sampling, with a total of 100 samples with some required criteria. The questionnaire was used as a data collection tool. The regression analysis results showed that product quality partially had a significant positive effect on buying interest. Brand image partially had a significant positive effect on buying interest. Price Perception partially had a significant positive effect on buying interest. Moreover, Product Quality, Brand Image, and Brand Price Perception simultaneously had a significant effect on buying interest.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Buying Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas Produk.....	9
2. <i>Brand Image</i>	12
3. Persepsi Harga.....	14
4. Minat Beli	16
B. Hasil Penelitian Tedahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	22

1.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli	22
2.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli	23
3.	Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	24
D.	Hipotesis	25
BAB III	METODE PENELITIAN	26
A.	Jenis Penelitian.....	26
B.	Populasi dan Sampel	26
1.	Populasi.....	26
2.	Sampel	27
C.	Metode Pengumpulan Data	29
D.	Variabel Penelitian.....	30
1.	Variabel Dependen (Y)	30
2.	Variabel Independen (X)	30
E.	Definisi Operasional.....	30
F.	Metode Analisis Data	33
1.	Uji Instrumen Penelitian.....	33
2.	Uji Asumsi Klasik	35
3.	Uji Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A.	Deskripsi Responden.....	43
1.	<i>Response Rate</i>	43
2.	Karakteristik Responden.....	43
B.	Uji Instrumen Penelitian.....	45
1.	Uji Validitas	45
2.	Uji Reliabilitas	46
C.	Uji Asumsi Klasik	47
1.	Uji Normalitas.....	47
2.	Uji Multikolinieritas	48
3.	Uji Heteroskedastisitas	49
D.	Uji Analisis Data.....	50
1.	Analisis Regresi Linier Berganda	50

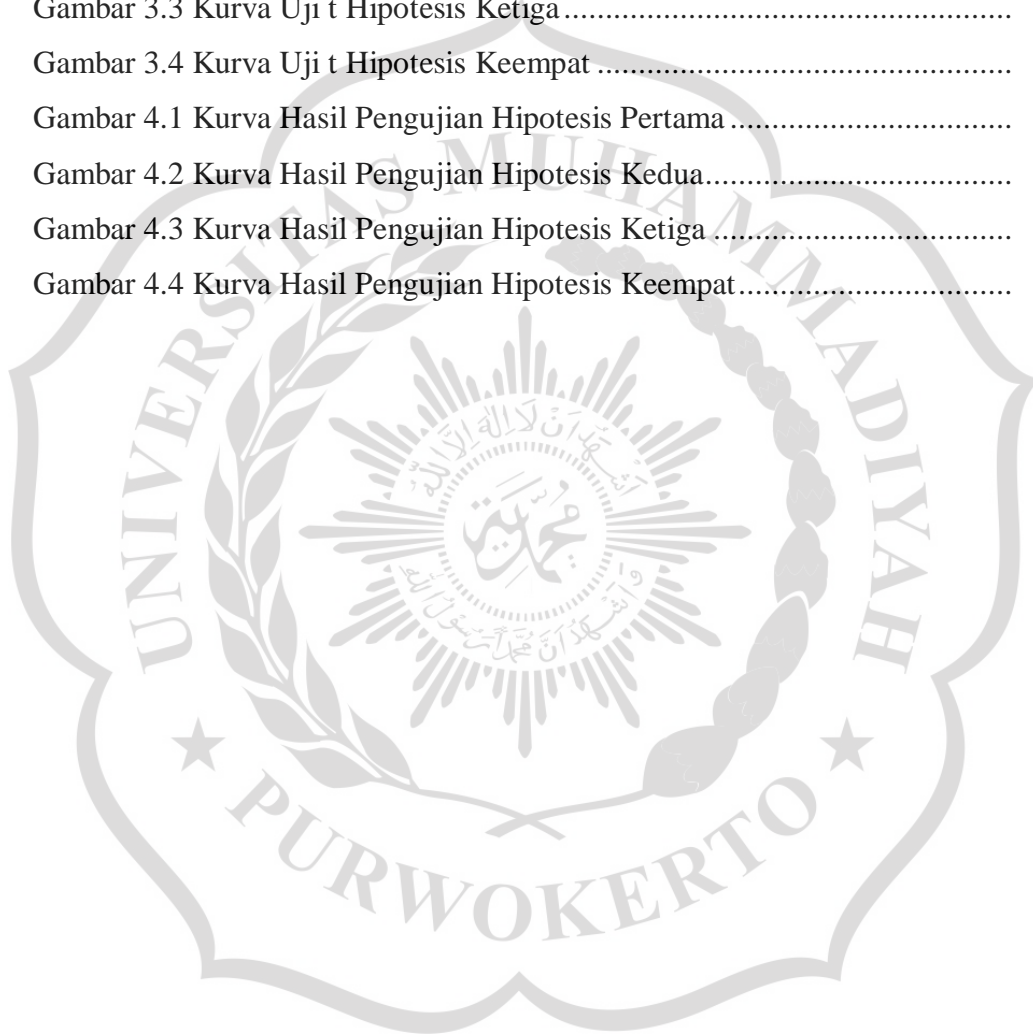
2. Uji Determinasi (R^2).....	51
E. Uji Hipotesis	52
1. Uji F (Simultan)	52
2. Uji t (Uji Statistik Parsial)	53
F. Pembahasan	56
1. Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> dan Persepsi Harga Secara Simultan terhadap Minat Beli Apple Iphone.	56
2. Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Minat Beli Apple Iphone	58
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Secara Parsial terhadap Minat Beli Apple Iphone.....	61
4. Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial terhadap Minat Beli Apple Iphone	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Keterbatasan Penelitian	67
C. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan dan Market Share Smartphone dari 2017 sampai 2018.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Definisi Oprasional.....	32
Tabel 4.1	Perincian <i>Response Rate</i> terhadap Kuesioner	43
Tabel 4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Asal Universitas	44
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.8	Hasil Analisis regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.10	Hasil Uji F	53
Tabel 4.11	Hasil Uji t	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Hipotesis.....	56
Tabel 4.13	Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner Minat Beli Apple Iphone (Y)	57
Tabel 4.14	Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner kualitas produk (X1) ..	59
Tabel 4.15	Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner brand image (X2).....	62
Tabel 4.16	Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner persepsi harga (X3)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gamber Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1 Kurva Uji F (Hipotesis Pertama).....	39
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	40
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	41
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	42
Gambar 4.1 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	53
Gambar 4.2 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	54
Gambar 4.3 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	55
Gambar 4.4 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	74
Lampiran 2. Data Responden	79
Lampiran 3. Data Hasil Responden	82
Lampiran 4. Data Input	94
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	97
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 7. Uji Regresi Berganda	102
Lampiran 8. R Tabel	103
Lampiran 9. T Tabel	104
Lampiran 10. F Tabel	105

