

**Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*
Iphone di Kota Malang**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen**



**Disusun Oleh:
ANDINI AYU DEBRI MAHARANI
19022000277**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

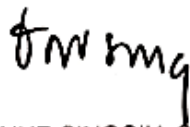
Nama : Andini Ayu Debn Maharani
Nomor Pokok : 19022000277
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Kota Malang

Malang, 3 Maret 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



M. NUR SINGGIH, SE, MM.

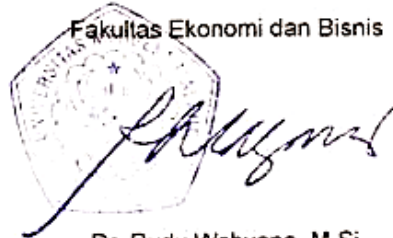
Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, MM.

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rudy Wahyono.,M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
IPHONE DI KOTA MALANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Andini Ayu Debri Maharani
19022000277

Telah dipertahankan di depan
Dewan Penguji Pada Tanggal
Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



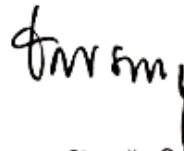
Drs. Nirwana, MM.

Sekretaris Penguji



Dra. Kurnia Insnuwardiati, M.M

Anggota Penguji

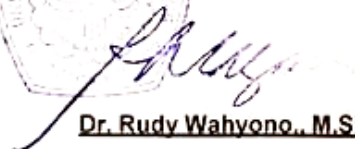


Mohamad Nur Singgih, S.E M.M

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 3 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



Dr. Rudy Wahyono, M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Andini Ayu Debri Maharani
NIM : 19022000273
Program Studi : S1 ManajemenBidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Iphone di Kota Malang
Lokasi yang diteliti : Kota Malang
Alamat Rumah Asli : Jl. Malowopati No. 39 Rt 08 Rw 01 Kecamatan
Dampit Kabupaten Malang
No. Telp : 0882009433688

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Maret 2023

Peneliti,



Andini Ayu Debri Maharani

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Kota Malang”. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis beranggapan bahwa ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Namun penulis juga menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan di dalamnya terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun amat sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi para pembaca pada umumnya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Rudy Wahyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Mohammad Nur Singgih, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Drs. Nirwana, MM. selaku Dosen Pembimbing yang sangat luar biasa dalam membimbing saya mulai dari penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai.
4. Dra. Kurnia Insnuwardiati M.M dan Mohamad Nur Singgih S.E M.M selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi penulis.
5. Kepada keluarga Ibunda Denok Reni Susiana dan Ariq Nashrulloh tercinta, untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas

segala kasih sayang, bimbingan, dukungan, serta doa restu yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.

6. Teman-Teman Kelas F dan Angkatan 2019 yang menemani di hari-hari selama masa perkuliahan berlangsung, serta saling melengkapi kelebihan dan kekurangan masing-masing.
7. Serta Teman-Teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas semuanya selama ini. Walau tidak terucap dan disebutkan disini.
8. Kepada diriku sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga berada di titik ini.
9. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastinya tak henti-henti penulis sampaikan semoga amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta yang maha pengasih dan penyayang Allah SWT. Amin.

Akhir kata, tiada kesempurnaan di dunia ini kecuali hanya miliknya semata. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki baik materi maupun susunannya, Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi kekurangan skripsi ini.

Malang, 3 Maret 2023

Penulis,

Andini Ayu Deбри Maharani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Peneliti	8
BAB II : LANDASAN TEORI	10
A. Tinjauan Pustaka	10
1. Landasan Teori	10
a. Ekuitas Merek	10
1) Definisi Ekuitas Merek	10
2) Indikator Ekuitas Merek	10
b. Kualitas Produk	14
1) Definisi Kualitas Produk	14
2) Indikator Kualitas Produk	15
c. Harga.....	16
1) Definisi Harga	16
2) Tujuan Penetapan Harga.....	17
3) Indikator Harga	17

d. Keputusan Pembelian	18
1) Definisi Keputusan Pembelian	18
2) Proses Keputusan Pembelian	19
3) Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
4) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
5) Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2. Penelitian Terdahulu	26
B. Pengembangan Hipotesis	29
1. Kerangka Pikir Penelitian.....	29
2. Hipotesis.....	29
BAB III : METODE PENELITIAN	34
A. Definisi Operasional Variabel	34
B. Lingkup Penelitian.....	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	
1. Populasi	35
2. Sampel	36
E. Jenis dan Sumber Data	37
1. Jenis Data	37
2. Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen	39
a. Uji Validitas.....	39
b. Uji Reliabilitas.....	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Autokorelasi	41
c. Uji Multikolinieritas	42
d. Uji Heteroskedastisitas	42
3. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4. Koefisien Determinasi	44
5. Uji Hipotesis	44

a. Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	44
b. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	46
c. Uji Dominan.....	47
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
a. Sejarah Iphone dan Apple Inc.	48
b. Visi dan Misi Apple Inc.....	50
2. Karakteristik Responden.....	50
a. Responden Berdasarkan Usia.....	50
b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
c. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52
d. Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Per bulan.....	53
e. Deskripsi Variabel Penelitian	53
1) Variabel Ekuitas Merek	54
2) Variable Kualitas Produk.....	58
3) Variable Harga	64
4) Variable Keputusan Pembelian	67
3. Hasil Uji Instrumen	72
a. Uji Validitas.....	72
b. Uji Reliabilitas.....	73
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	75
a. Uji Normalitas	75
b. Uji Autokorelasi	75
c. Uji Multikolinieritas	76
d. Uji Heteroskedastisitas	77
5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	80
7. Hasil Uji Hipotesis	81
a. Uji f	81
b. Uji t	83
B. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V : PENUTUP	87

A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	52
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Per bulan	53
Tabel 7. Saya mengetahui iPhone sebagai merek Smartphone	54
Tabel 8. Saya dapat mengenali Iphone hanya dengan melihat logo pada produk	55
Tabel 9. Iphone memiliki popularitas yang tinggi dibanding merek lain	55
Tabel 10. Iphone memiliki image yang baik	56
Tabel 11. Iphone merupakan merek yang favorit di era saat ini	56
Tabel 12. Saya beranggapan banyak orang ingin menggunakan Iphone	57
Tabel 13. Saya beranggapan bahwa orang akan merekomendasikan merek iPhone	58
Tabel 14. Saya merasa Iphone dapat memberikan performa chipset yang lebih kencang	59
Tabel 15. Saya merasa iPhone memiliki sistem operasional IOS yang mulus .	59
Tabel 16. Saya merasa iPhone selalu memberikan fitur yang terbaru	59
Tabel 17. Saya merasa fitur pada Iphone sangat membantu	60
Tabel 18. Saya merasa iPhone bisa diandalkan	60
Tabel 19. Saya merasa iPhone bisa diandalkan dengan sistem	61
Tabel 20. Menurut saya baterai iPhone lebih awet	61
Tabel 21. Menurut saya iPhone memiliki hardware yang tahan lama	62
Tabel 22. Iphone memiliki desain yang minimalis	62
Tabel 23. iPhone memiliki varian warna yang khas dan beragam	63
Tabel 24. Saya merasa iPhone sudah sesuai dengan kualitas	63
Tabel 25. Menurut saya harga pada iPhone sangat terjangkau	64
Tabel 26. Menurut saya harga sudah sesuai dengan kualitas	65
Tabel 27. Menurut saya harga iphone sudah sesuai dan setara	

dengan merek.....	66
Tabel 28. Menurut saya harga sudah sesuai dengan manfaat	66
Tabel 29. Saya yakin membeli produk iPhone	67
Tabel 30. Saya membeli iPhone karena keinginan saya memiliki produk.....	68
Tabel 31. Kebutuhan saya membeli iPhone sangat tinggi.....	68
Tabel 32. Saya membeli produk iPhone karena sesuai dengan harga dan kualitas	69
Tabel 33. Saya memutuskan membeli iPhone dengan memprioritaskan operasionalnya yang baik	69
Tabel 34. Menurut saya harga sudah sesuai dengan manfaat	70
Tabel 35. Menurut saya iPhone bisa didapatkan dengan mudah	70
Tabel 36i. iPhone bisa dimiliki dengan biaya yang minim sekalipun kondisi bekas.....	70
Tabel 37. Hasil Uji Validitas	72
Tabel 38. Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 39. Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 40. Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 41. Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 42. Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 43. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 44. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	80
Tabel 45. Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T).....	82
Tabel 46. Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	84
Tabel 47. Hasil Uji Hipotesis Dominan atau Kontribusi Terbesar	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Presentase Pengguna Smartphone di Indonesia	5
Gambar 2. Penjualan Smartphone	6
Gambar 3. Indikator Ekuitas Merek	11
Gambar 4. Tingkatan kesadaran merek	11
Gambar 5. Tingkatan Loyalitas Merek.....	13
Gambar 6. Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 7. Kerangka Berfikir	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	92
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data.....	96
Lampiran 3. Hasil SPSS Uji Validitas	98
Lampiran 4. Hasil SPSS Uji Reliabilitas	101
Lampiran 5. Hasil SPSS Uji Normalitas.....	101
Lampiran 6. Hasil SPSS Uji Autokorelasi	102
Lampiran 7. Hasil SPSS Uji Multikolinearitas.....	102
Lampiran 8. Hasil SPSS Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 9. Hasil SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
Lampiran 10. Hasil SPSS Koefisien Determinasi (R ²).....	103
Lampiran 11. Hasil SPSS Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	103
Lampiran 12. Hasil SPSS Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	104
Lampiran 13. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	105
Lampiran 14. Berita Acara Perbaikan / Revisi Skripsi.....	106

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan dari ekuitas merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Iphone di kota Malang, berikutnya untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial dari ekuitas merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Iphone di kota Malang, dan yang terakhir untuk mengetahui diantara ekuitas merek, kualitas produk, dan harga variabel manakah yang berpengaruh secara dominan dan memiliki kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian Smartphone Iphone di kota Malang. Variabel penelitian ini adalah Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Harga sebagai variabel independen, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat berdomisili di Malang yang menggunakan dan sudah pernah membeli Smartphone Iphone. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling dan jumlah sampel yang diambil sebanyak seratus responden. Uji validitas menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan koefisien determinasi. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan oleh nilai f hitung lebih besar dari f tabel. Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan oleh nilai t hitung ekuitas merek, kualitas produk dan Harga lebih besar dari t tabel. Ekuitas Merek berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan oleh nilai t hitung terbesar.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, *Smartphone* Iphone

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the simultaneous effect of brand equity, product quality, and price on the purchase decision of Iphone Smartphone in Malang city, then to determine and analyze the partial effect of brand equity, product quality, and price on the purchase decision of Iphone Smartphone in the city Malang, and the last one is to find out which brand equity, product quality, and price variables have the dominant influence and have the biggest contribution to the decision to purchase an Iphone Smartphone in the city of Malang. The variables of this study are Brand Equity, Product Quality, Price as the independent variables, and Purchase Decision as the dependent variable. This research is a quantitative research with data collection techniques using a questionnaire method. The population in this study are people living in Malang who use and have bought an Iphone Smartphone. The sampling technique used purposive sampling and the number of samples taken was one hundred respondents. The validity test uses the Corrected Item Total Correlation method, while the reliability test uses Cronbach Alpha. The data analysis method used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, and the coefficient of determination. Test the hypothesis using the t test and f test.

This study gives the result that Brand Equity, Product Quality, and Price simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions as indicated by the calculated f value which is greater than f table. Brand Equity, Product Quality, and Price partially have a positive and significant effect on Purchase Decisions as indicated by the t value of brand equity, product quality and price which is greater than t table. Brand Equity has a dominant effect on Purchase Decision which is indicated by the largest t value.

Keywords: Brand Equity, Product Quality, Price, Purchase Decision, Smartphone Iphone