

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI
TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI SMA 6 MALANG**
(Studi Kasus pada Siswa Kelas 12 Tahun 2023 di SMA 6 Malang)

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh :
ARWIDIA NOERKHALISTA PRAMESTI
20022000097**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Arwidia Noerkhalista Pramesti
Nomor Pokok : 20022000097
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI
TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK
IPHONE DI SMA 6 MALANG (Studi Kasus pada Siswa Kelas 12 Tahun 2023 di
SMA 6 Malang)

Malang, 27 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



(IRANY WIDIYASTITI, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(MAULID AGUNG TRIONO, S.E., M.M)

Dekan



PROF. Dr. H FAJAR SUPANTO, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI TEKNOLOGI SMARTPHONE
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI SMA 6 MALANG
(Studi Kasus pada Siswa Kelas 12 Tahun 2023 di SMA 6 Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Arwidia Noerkhalista Pramesti
20022000097

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 27 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

(MAULID AGUNG TRIONO, S.E., M.M)

Sekretaris Penguji

(Dra. DIAH WIDIAWATI, M.M)

Anggota Penguji

(DR. TANTO GATOT SUMARSONO, M.SI)

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

Malang, 27 Februari 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. H Fajar Supanto, M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN


Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Arwidia Noerkhalista Pramesti
NIM : 20022000097
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI
TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK IPHONE DI SMA 6
MALANG (Studi Kasus pada Siswa Kelas 12 Tahun
2023 di SMA 6 Malang)
Lokasi yang Diteliti : SMA 6 Malang
Alamat Rumah Asli : Puri Kartika Asri i-20
No. Telp : 08123406354

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas 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, 16 Februari 2024

Pen

DE3EAKX833567821
METERAI
TEMPEL

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Arwidia Noerkhalista Pramesti

Nomor Pokok : 20022000097

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 28 April 2002

Alamat : Puri Kartika Asri
i20 Kec. Kedung
Kandang

Nama OrangTua (ayah) : Sudarmaji
(ibu) : Ika Mutawafika

Riwayat Pendidikan

2008 – 2014 : SDN Tulusrejo 2

2014 – 2017 : SMP Kartika V-9

2017 – 2020 : SMAN 6 Malang

2020 – 2024 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh ekuitas merek dan inovasi teknologi smartphone terhadap minat pembelian produk iphone di sma 6 malang (Studi Kasus pada Siswa Kelas 12 Tahun 2023 di SMA 6 Malang)” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Anwar Sanusi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
2. Bapak DR. H. Fajar Supanto, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Irany Windhyastiti, SE., MM, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
4. Bapak Roby Nur Akbar, S.AB., M.AB. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
5. Bapak Maulid Agung Triono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan bimbingan dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

6. Ibu Dr. Resanti Lestari, S,Pd,M.M, Selaku wali kelas Manajemen yang sudah memberikan motivasi dan semangat selama menempuh Pendidikan di Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
7. Pendidikan di Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
8. Teristimewa Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sudarmaji dan Ibunda Ika Mutawafika untuk beliau berdua lah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih yang sebesar-besarnya selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan yang tiada terhingga kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan dengan penuh kelancaran dan keberkahan.
9. Keluarga besar penulis. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan dan kepercayaannya sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
10. Weldi Siburian yang selalu membantu dan menemani bimbingan skripsi serta telah mendukung, menghibur dan mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
11. Teman-teman seperjuangan saya, Sherlina, Wulan, Finda, Dian, Julia, Feliksia, Fara Sintia, Renggita. Terima kasih atas bantuan serta dukungannya selama penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak yang membantu terselesainya skripsi ini yang tidak mungkin dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik bersifat teknis maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi

ini, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTARKASI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Tinjauan Pustaka	8
B. Pengembangan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Metode Penelitian	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	39
A. Hasil Penelitian	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	64

C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Jenis_kelamin	43
Tabel 3 Kelas.....	43
Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel Ekuitas merek	44
Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Teknologi	45
Tabel 6 Statistik Deskriptif Variabel Minat beli	47
Tabel 7 Uji Validitas	50
Tabel 8 Uji Reliabilitas	51
Tabel 9 Uji Normalitas	53
Tabel 10 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 11 Analisis regresi linear berganda	56
Tabel 12 Koefisien determinasi.....	57
Tabel 13 Uji f (simultan)	57
Tabel 14 Uji t (parsial).....	58
Tabel 15 Uji dominasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Indikator Ekuitas Merek.....	9
Gambar 2 Piramida Kesadaran Merek.....	10
Gambar 3 Piramida Loyalitas Merek.....	12
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Deskripsi Jenis Kelamin	68
lampiran 2 Deskripsi Kelas siswa.....	68
lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel Ekuitas merek.....	69
lampiran 4 Deskriptif Variabel Inovasi Teknologi.....	69
lampiran 5 Deskriptif Minat Beli.....	70
lampiran 6 Uji Validitas	70
lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	71
lampiran 8 Uji Normalitas.....	72
lampiran 9 Uji Multikolinearitas	73
lampiran 10 Uji heteroskedastisitas.....	73
lampiran 11 Analisis regresi linier berganda.....	74
lampiran 12 Koefisien determinasi	74
lampiran 13 Uji f (simultan)	75
lampiran 14 Uji t (parsial)	75
lampiran 15 Uji Dominasi	76
lampiran 16 Berita Acara Skripsi.....	77
lampiran 17 Perbaikan/ Revisi Skripsi.....	78
lampiran 18 Surat Keterangan Plagiasi/Kemiripan	79

ABSTARKASI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan inovasi teknologi terhadap minat beli smarthpohe iphone. Sampel penelitian ini menggunakan sampel jenuh sehingga seluruh siswa kelas 12 SMA 6 Malang yang berjumlah 55 orang sebagai responden. Berdasarkan penelitian ini Secara parsial ekuitas merek berpengaruh negative signifikan terhadap minat beli smartphone produk iphone di SMAN-6 Malang pada kelas 12 tahun 2023.

Secara parsial inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli smartphone produk iphone di SMAN-6 Malang pada kelas 12 tahun 2023.

Secara simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama ekuitas merek dan inovasi teknologi berpengaruh terhadap minat pembelian smartphone terhadap minat pembelian produk iphone di SMAN-6 Malang. Dan ekuitas merek memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat beli, sehingga konsumen cenderung lebih tertarik pada ekuitas merek daripada inovasi teknologi saat memutuskan untuk membeli produk iPhone.

kata kunci nyaa smartphone, iphone, ekuitas merek, inovasi teknologi, minat beli.

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of brand equity and technological innovation on interest in buying smartphohe iphone. The sample of this study used a saturated sample so that all the students of 12th grade of High School 6 Poor who totaled 55 people as respondents. According to this study, partially brand equity has a significant negative influence on the interest in buying smartphone products iphone in SMAN-6 Malang in class 12 year 2023. Simultaneously, it shows that together brand equity and technological innovation influence the interest of smartphone purchases against the interest in purchasing iphone products in SMAN-6 Poor. And brand equities have a dominant influence on purchasing interest, so consumers tend to be more interested in brand ownership than technology innovations when deciding to buy iPhone products.

keywords smartphone, iphone, brand equity, technology innovation, buy interest