

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE IPHONE**
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh :
Ardiansyach Surya Nugraha
(20022000289)**

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ardiansyach Surya Nugraha

Nomor Pokok : 20022000289

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

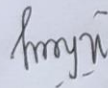
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone (studi pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

Malang, 16 Februari 2023

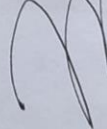
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Fajar Supanto., SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
ARDIANSYACH SURYA NUGRAHA
20022000289

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 21 Februari 2024
Susunan Dewan penguji

Ketua Penguji

(Drs. Nirwana, M.M)

Sekretaris Penguji

(Drs. Ec Priyo Sudibyo, M.S)

Anggota penguji

(Dra. Diah Widiawati, M.M)

Skripsi ini Telah Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 22 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto., SE., M.SI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ardiansyach Surya Nugraha
NIM : 20022000289
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE(STUDI
PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS
MERDEKA MALANG)
Lokasi Penelitian : Universitas Merdeka Malang
Alamat : Jl. Ikan Piranha Atas 232
No. Telp : 082139804641

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan tidak melakukan plagiat. Apabila saya melakukan plagiat, maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

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

Malang, 16 Februari 2024

Peneliti

Ardiansyach Surya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ardiansyach Surya

NIM : 20022000289

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Kediri, 19 Oktober 2000

Alamat : Jl. Ikan Piranha Atas 232

Nama Orang tua (Ayah) : Juli Pramono Adi, S.H

(Ibu) : Marchumah, S.H

Riwayat Pendidikan :

1. 2008-2014 : SDN 5 Tunjungsekar
2. 2014-2017 : SMPN 16 Malang
3. 2017-2020 : SMKN 4 Malang
4. 2020-2024 : Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian handphone iphone (Studi pada mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)” ini dengan tepat waktu, sebagai syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam mengerjakan skripsi penelitian ini tentunya tidak hanya berbekal ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis juga mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena saya selalu diberikan kesehatan dan tanpa izin-Nya saya tidak bisa melaksanakan semua kegiatan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Irany Widiyastiti, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
4. Bapak Drs. Nirwana, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, motivasi dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta Staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik dan memberikan dukungan serta masukan selama perkuliahan.

6. Kedua orang tua, Ayah Juli Pramono Adi dan Ibu Marchumah yang telah membesarkan dan mendidik serta membiayai kuliah hingga penulis memperoleh gelar Sarjana Manajemen
7. Imelda Sukma Dewi, terima kasih atas dukungan, semangat, dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis, terima kasih telah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan, Ilham Wicaksono dan Bella Rosalinda yang telah membantu sedikit banyak dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terimakasih atas doa serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu saran dan kritikan dari pembaca sangat penulis harapkan demi tercapainya kesempurnaan skripsi dan semoga skripsi ini bermanfaat sebagai penambahan bekal ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Malang, 16 Februari 2024

Penulis

(Ardiansyach Surya)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori	7
1. Brand Image.....	7
2. Harga	10
3. Promosi	12
4. Keputusan Pembelian.....	15
5. Penelitian Terdahulu.....	17
B. Kerangka Penelitian	19
C. Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Definisi Operasional Variabel	23
1. <i>Brand Image</i>	23
2. Harga	23
3. Promosi	23

B. Lokasi Penelitian	24
C. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	24
D. Sumber Data dan Jenis Data	25
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Lingkup Penelitian	26
G. Teknik Analisis Data	26
BAB IV PEMBAHASAN	31
A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan Hasil Penelitian	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	17
Table 2. Skala Likert	25
Table 3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Table 4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Program Studi	32
Table 5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Angkatan.....	32
Table 6. Hasil Uji Validitas	33
Table 7. Hasil Uji Reliabilitas	35
Table 8. Hasil Uji Normalitas.....	35
Table 9. Hasil Uji Multikolinearitas	37
Table 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	38
Table 11. Hasil Uji Simultan	39
Table 12. Hasil Uji Parsial.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 2. Scatterplot.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner.....	48
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden.....	52
Lampiran 3 : Hasil Uji Instrumen.....	61
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik.....	70
Lampiran 5 : Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Lampiran 6 : Berita Acara Bimbingan Skripsi	74
Lampiran 7 : Berita Acara Perbaikan Skripsi	75
Lampiran 8 : Hasil Cek Plagiasi	76

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian handphone iphone. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dengan menggunakan teknik non probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial dan simultan variabel *Brand Image*, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian yaitu variabel *Brand Image*

Kata kunci : *Brand Image*, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decisions for iPhones. The number of samples used was 97 respondents using non-probability sampling techniques. The data collection technique uses a questionnaire, while the data analysis technique uses multiple linear analysis. The results of this research show that partially and simultaneously the variables Brand Image, Price and Promotion have a significant influence on Purchasing Decisions with the variable having a dominant influence on Purchasing Decisions, namely the Brand Image variable

Keywords : *Brand Image, Price, Promotion and Purchasing Decision*