

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Konsumen iPhone Premium (iPhone 11, 12, 13, atau 14) di
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTIONS
ON PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS AN
INTERVENING VARIABLE***

***(Study of Premium iPhone Consumers (iPhone 11, 12, 13, or 14) in
Yogyakarta)***



DISUSUN OLEH:

SHAFWAN NABIL

20200410382

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Shafwan Nabil

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410382

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga, terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai variabel intervening (Studi Pada Konsumen iPhone Premium (11, 12, 13, atau 14) di Yogyakarta)”**.tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, segala puji bagi kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening" Tidak lupa saya panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengumpulkan hati umatnya dalam bayang-bayang cahaya islam, sehingga kita dapat merasakan keindahan islam pada saat ini. Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis saya ini kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan hidup saya yaitu:

1. Diri saya sendiri tentunya yang senantiasa selalu berusaha dan bekerja keras menyelesaikan skripsi sampai dengan selesai.
2. Orang tua saya yang selalu memberikan do'a, dukungan penuh, dan pengalaman hidup kepada saya dalam segala hal.
3. Teman-teman yang saya sayangi, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan perhatian selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening" ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

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. Prof. Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ak.CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Bisnis
2. Dr. Rr. Sri Handari W. S.E., M.Si., selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Sutrisno Wibowo S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran, pengarahan, dan wawasan baru kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Seluruh responden yang telah membantu peneliti untuk melaksanakan penelitian ini dengan lancar.

5. Kedua orang tua dan kakak penulis. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan, serta pengorbanan, cinta, doa, motivasi, semangat dan nasihat.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun.

Terakhir, harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, 26 September 2023.

Penulis,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Shafwan Nabil', with a horizontal line extending to the right.

(Shafwan Nabil)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJIError! Bookmark not defined.	
PERNYATAAN.....	i
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21
C. Penurunan Hipotesis.....	30
D. Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Objek Dan Subjek Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	38
C. Teknik Pengambilan Sampel	39
D. Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Skala	40
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
F. Uji Instrumen Data	42
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	48

B. Uji Kualitas Instrumen	51
C. Hasil Uji Hipotesis	65
D. Pembahasan	68
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	81
A. Simpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	55
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	55
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 8 <i>Degree of Freedom</i>	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Outliers.....	61
Tabel 4. 11 Data Bebas Outliers	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas dan <i>Singularity</i>	63
Tabel 4. 13 <i>Goodness of Fit</i>	63
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	65
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proporsi Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Secara Global	4
Gambar 1. 2 Alasan Responden Memilih iPhone	5
Gambar 1. 3 Seri iPhone yang Digunakan Responden.....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	57
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	57
Gambar 4. 3 Batas Outliers.....	61
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Antar Variabel.....	64