

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN NEGARA ASAL TERHADAP
CITRA MEREK DAN MINAT BELI SMARTPHONE IPHONE SERI X**

(Studi Pada Mahasiswa Di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS AND COUNTRY OF ORIGIN
ON BRAND IMAGE AND PURCHASE INTEREST IN IPHONE X SERIES
SMARTPHONES***

(Studies on Students in the Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Budhi Judanto

20160410265

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Budhi Judanto

Nomor mahasiswa : 20160410265

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN NEGARA ASAL TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI *SMARTPHONE* IPHONE SERI X" 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 yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 07 Oktober 2021



Budhi Judanto

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah sampai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai.

Skripsi ini saya persembahkan Kepada :

1. Ibu dan Ayah saya, Bu Oktavina dan Pak Santoriadi terimakasih banyak atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
2. Adikku Tiara Kusuma Wardani, Diah Ayu Lestari, dan Taufik Andy Kurniawan terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. *Support system* sekaligus *moodbooster* saya, Niken Ashari terimakasih banyak untuk selalu mengingatkan dan mendukung saya dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih juga atas perhatian, *support* ,dan kasih sayang yang diberikan .
4. Sahabatku Indra Papu, Fiqri Alviantoro, dan Faisal Rifqi yang telah memberi banyak masukan, saran, dan semangat. Terima kasih atas bantuannya yang sering saya dapatkan selama ini.
5. Sahabat KKN, Tsania Khusnul Khatimah dan Gayuh Megandana Wicaksono yang telah memberikan masukan, saran, motivasi dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Kepada semua teman-teman seperjuangan di FEB Manajemen UMY dan anak-anak kontrakan Jomegatan *Gaming* yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Nehara Asal Terhadap Citra Merek dan Minat Beli *Smartphone Iphone* Seri X”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya S.E., M.Sc., AK, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
4. Ibu Hasnah Rimiyati, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
5. Ayah dan Ibu serta adik-adikku yang senantiasa memberikan semangat dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
6. Semua pihak yang memberikan dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis dalam proses menyelesaikan karya tulis ini.

Disadari sepenuhnya masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 07 Oktober 2021



Budhi Juwanto

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSEUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Persepsi Harga.....	12
2. Negara Asal.....	13
3. Citra Merek.....	15
4. Minat Beli.....	16
B. Hasil Penelian Terdahulu	18
C. Penurunan Hipotesis	22
D. Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Objek Dan Subjek Penelitian	31
B. Jenis Data	31
C. Teknik pengambilan sample	31
D. Teknik pengumpulan data	33
E. Definisi opsional variabel.....	34
F. Uji kualitas instrumen	36
G. Analisis data dan pengujian hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	43
1. Gambarn Objek Penelitian	43

2. Subjek penelitian.....	45
3. Deskripsi Responden.....	46
4. Gambaran persepsi responden.....	47
B. Uji kecocokan model pengukuran (<i>Measurement Model Fit</i>)	50
C. Pengujian hipotesis	52
D. Pengaruh variabel mediasi	54
E. Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	56
F. Pembahasan	56
BAB V Simpulan, keterbatasan penelitian, saran.	63
A. Simpulan.	63
B. Keterbatasan Penelitian.	64
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Skala Likert	34
Tabel 3.2	Indikator variabel eksogen	35
Tabel 3.3	Indikator variabel endogen.....	35
Tabel 3.4	Indikator variabel mediasi.....	36
Tabel 3.5	Goodness of Fit	41
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia	46
Tabel 4.3	Intepretasi kelas Interval	48
Tabel 4.4	Statistik deskriptif variabel Persepsi harga	48
Tabel 4.5	Statistik deskriptif variabel Negara asal	48
Tabel 4.6	Statistik deskriptif variabel citra merek	49
Tabel 4.7	Statistik deskriptif variabel minat beli	50
Tabel 4.8	Hasil uji validitas tiap indokator	51
Tabel 4.9	Hubungan antar variabel	53
Tabel 4.10	Kriteria goodness of fit.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data penjualan smartphone di pasar dunia kuartal 3 tahun 2019	2
Gambar 1.2	Data penjualan Smartphone pada Kuartal ke 1 tahun 2020	3
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2.	Data Penelitian.....	75
Lampiran 3.	Analisis Deskriptif.....	83
Lampiran 4.	Uji Instumen	84
Lampiran 5.	Hasil Olah Data	87