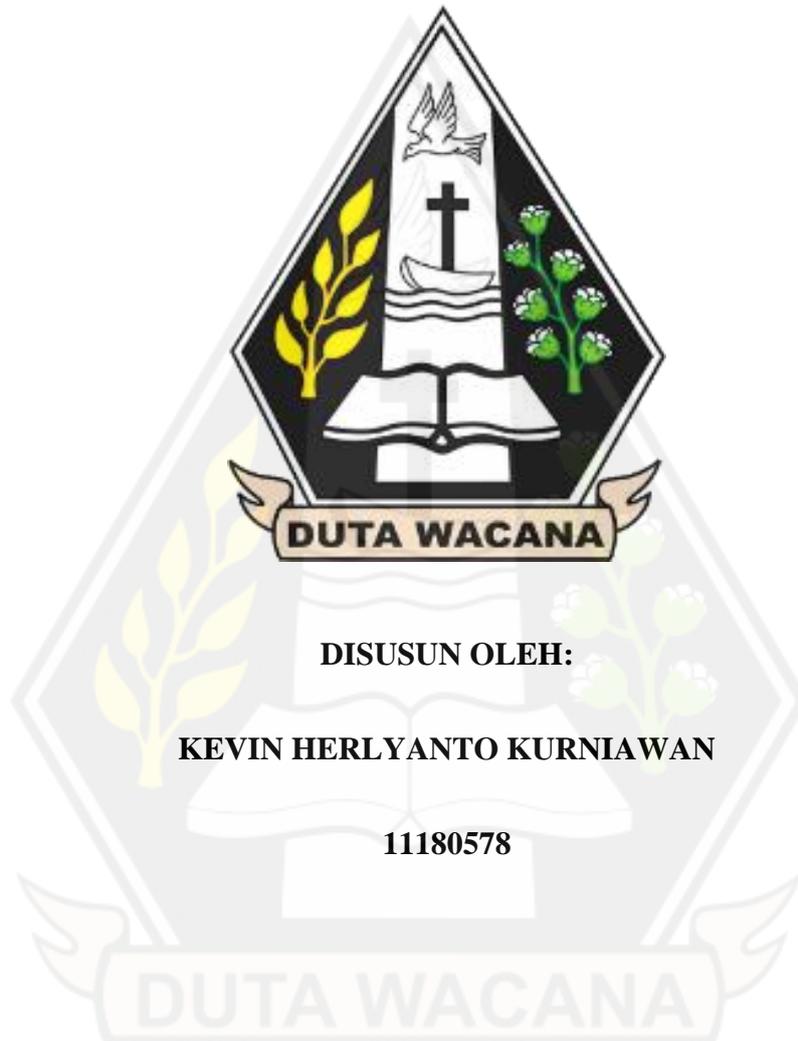


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**KEVIN HERLYANTO KURNIAWAN**

**11180578**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGAJUAN**

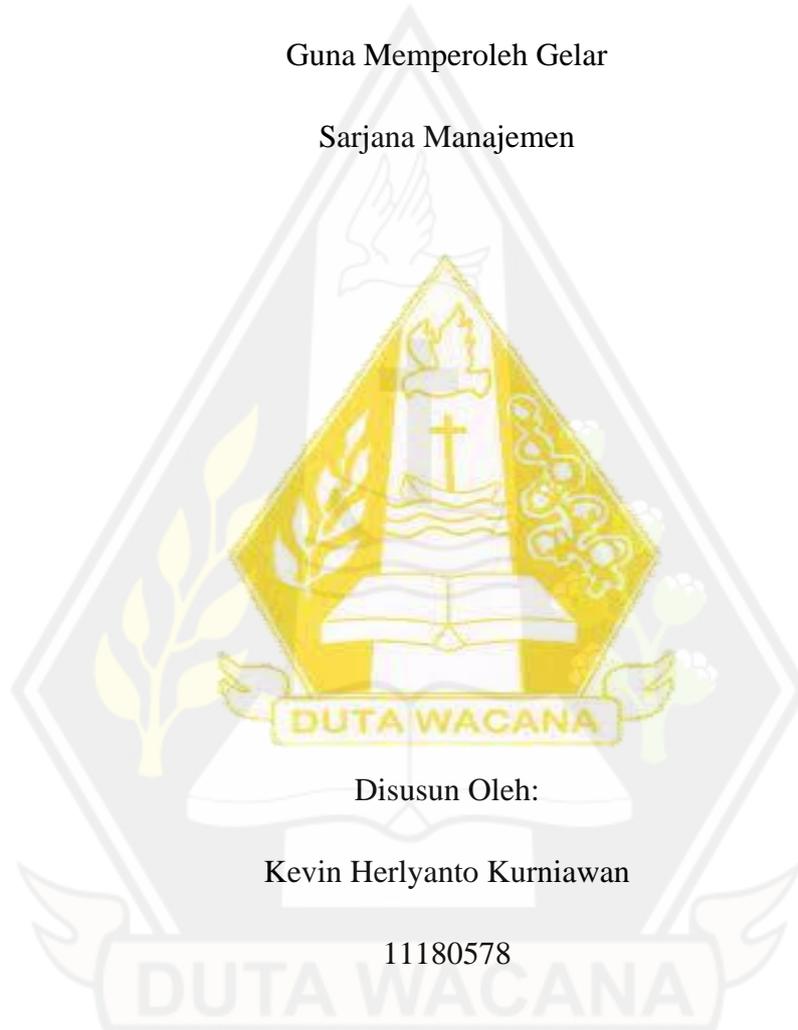
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Kevin Herlyanto Kurniawan

11180578

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Herlyanto Kurniawan  
NIM : 11180578  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 31 Januari 2023

Yang menyatakan



(Kevin Herlyanto Kurniawan)  
NIM: 11180578



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA YOGYAKARTA**

**Kevin Herlyanto Kurniawan**

**11180578**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

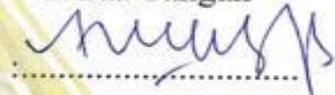
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 24 Januari 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M.



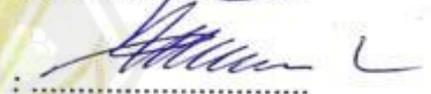
( Ketua Tim/ Dosen Penguji)

2. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min



( Dosen Penguji )

3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev



( Dosen Pembimbing /Dosen Penguji)

Yogyakarta, 30 januari 2023

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Perminas Pangeran, M.Si

Dr. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul sebagai berikut:

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya teliti dan kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat dalam nmenjadi Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi terhadap karya dari pihak lain di Perguruan Tinggi atau Intasi lainnya. Kecuali dalam bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana seharusnya terdapat didalam jurnal ini.

Apabila dikemudia hari didapati bahwa hasil dari skripsi ini merupakan hasil dari plagiarisme atau duplikasi dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi

Yogyakarta, 06 Januari 2023



Kevin Herlyanto K

## HALAMAN MOTTO

Jangan mudah percaya sama orang lain percaya sama diri sendiri dulu aja

**Kevin Herlyanto K**

Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah  
bagi usaha mu!

**2 Tawarikh 15:7**

Sistem pendidikan yang bijaksana setidaknya akan mengajarkan kita betapa  
sedikitnya yang belum diketahui oleh manusia, seberapa banyak yang masih harus  
ia pelajari

**Sir John Lubbock**

Kegagalan adalah bumbu dari kehidupan, kegagalan membuat kita bisa menjadi  
manusia tangguh

**Bob Sadino**

Jangan sengaja pergi agar dicari, jangan sengaja lari agar dikejar, karena berjuang  
tidak semudah itu

**Sujiwo Tejo**

DUTA WACANA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan rasa syukur kepada :

1. Tuhan Yesus Maha Esa yang selalu memberkati dan memberi rasa syukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kedua orang tua yang sayang cintai Bapak Heri Joko dan Alm. Mamah saya Tellyana Widayanti yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada saya dalam studi maupun dalam kehidupan sehari – hari secara moral maupun materi.
3. Abang saya Andreas yang selalu membangkitkan dukungan serta motivasi kepada saya.
4. Bapak Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sejak pemikiran judul hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Adminitrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Untuk Isabella Petra Carmelita Sukamto selaku sahabat saya yang telah berjasa dalam memberikan bantuan dan motivasi agar selalu mengerjakan skripsi ini.
7. Untuk teman teman saya yang lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Terima Kasih telah selalu mengingatkan dalam mengerjakan skripsi ini.

8. Terima Kasih juga kepada diri saya sendiri yang sudah mau berjuang dalam penulisan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG SMARTPHONE IPHONE DI KOTA YOGYAKARTA** “ dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis sendiri sadar bahwa memiliki banyak kelemahan keterbatasan sehingga, dalam menyelesaikan skripsi ini saya menerima bantuan dari berbagai pihak hingga terselesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang – orang yang sudah memberikan dukungan, motivasi, arahan kepada saya selama mengerjakan skripsi ini. Terutama kepada keluarga saya tercinta, terutama kepada ayah saya Heri Joko yang selalu memberikan dukungan tak terhingga serta selalu mendoakan saya dan selalu memberikan perhatian baik moral dan materi. Dan kepada abang ku Andreas yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.

Penulis juga mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang saya hormati, Bapak Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu berkenan membagikan ilmunya serta memberikan arahan dan motivasi. Dan selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan

bimbingan, arahan dan pembelajaran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis akan percaya bahwa Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat yang berlimpah kepada pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat berguna semua pihak.

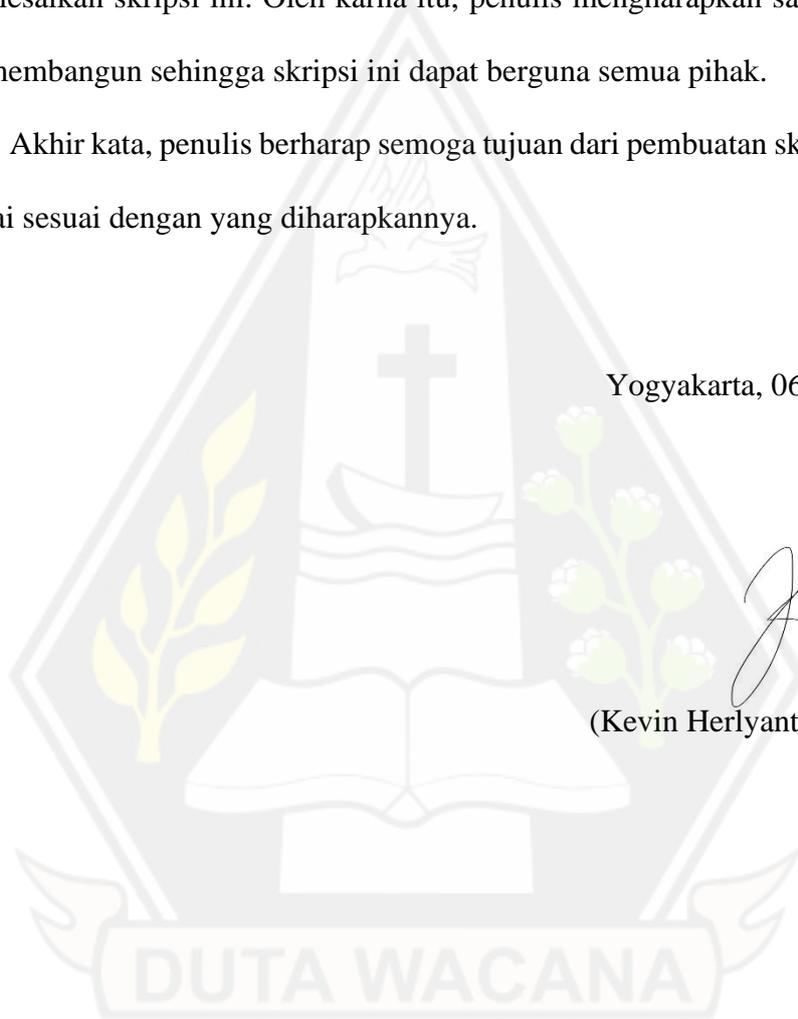
Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkannya.

Yogyakarta, 06 Januari 2022

Penulis



(Kevin Herlyanto Kurniawan)

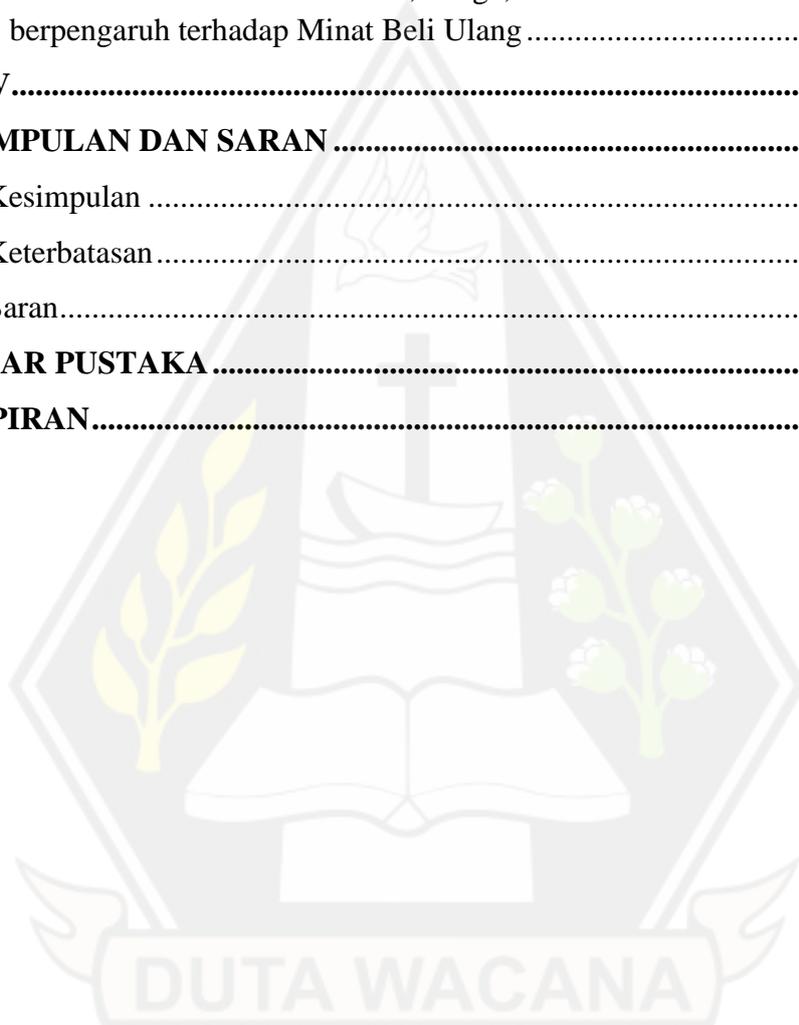


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Produk.....	8
2.1.2 Citra Merek .....	10
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4. Minat Beli Ulang.....	14
2.2 Penelitian terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Penelitian .....	20
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	21

<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.1.1 Data Primer .....	24
3.1.2 Data Sekunder .....	25
3.2 Populasi Dan Metode Sampling.....	25
3.2.1 Populasi .....	25
3.2.2 Metode Sampling .....	25
3.3 Variabel Penelitian .....	26
3.3.1 Variabel Independen .....	26
3.3.2 Variabel Dependen.....	27
3.3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Alat Uji Penelitian.....	29
3.4.1 Uji Validitas .....	29
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.5 Analisis Deskriptif .....	30
3.6 Uji Hipotesis .....	31
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.6.2 Uji Determinan ( $R^2$ ) .....	32
3.6.3 Uji F .....	32
3.6.4 Uji t .....	33
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Profil Responden.....	34
4.2 Analisis Data .....	38
4.2.1 Uji Validitas .....	38
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
4.3 Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
4.3.3 Hasil Uji F.....	45
4.3.4 Hasil Uji t.....	46

4.4 Pembahasan.....	48
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang <i>Iphone</i> di Kota Yogyakarta .....	48
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang <i>Iphone</i> di Kota Yogyakarta .....	48
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang <i>Iphone</i> di Kota Yogyakarta .....	49
4.4.4 Variabel Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek secara Simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang .....	50
<b>BAB V.....</b>	<b>51</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Keterbatasan.....	51
5.3 Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>



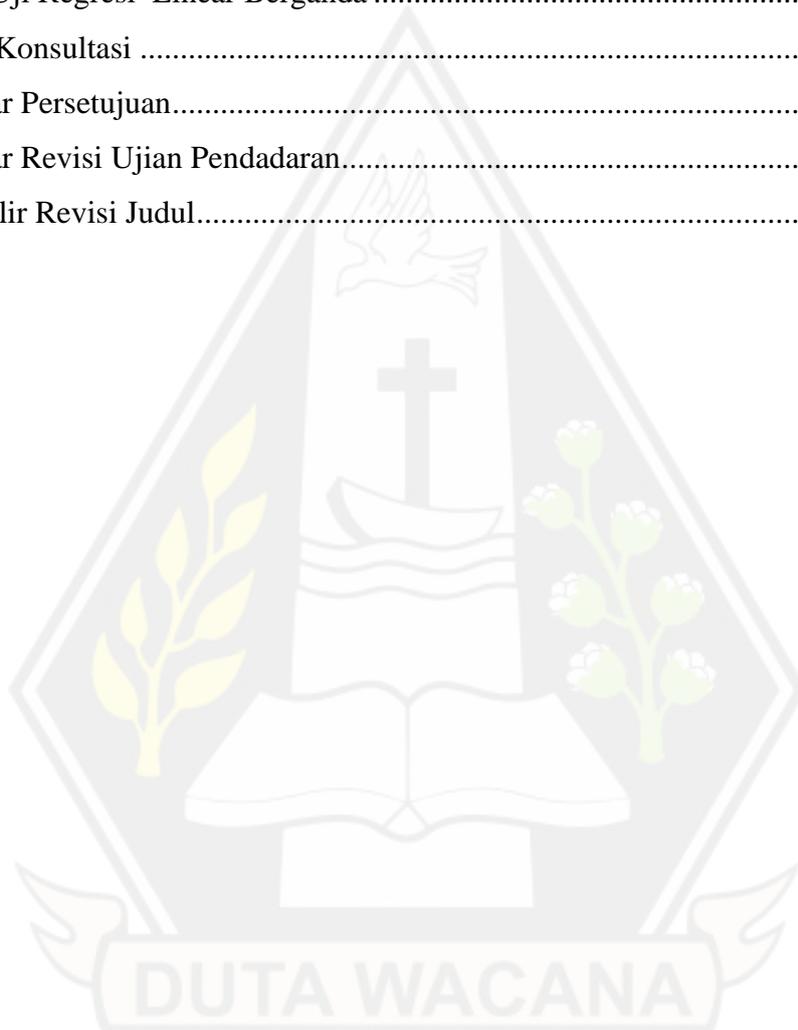
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Skala Likert .....	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	27
Tabel 4.1 Profil Responde Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	37
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengguna Produk Sebanyak .....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	40
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Harga.....	41
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Citra Merek .....	41
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Minat Beli .....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner .....	55
Data Kuesioner.....	59
Analisis Deskriptif .....	61
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
Tabel R (Uji Validitas).....	65
Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	66
Kartu Konsultasi .....	67
Lembar Persetujuan.....	69
Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	70
Formulir Revisi Judul.....	71



# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA YOGYAKARTA**

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang, Dalam penelitian ini untuk pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan 100 responden masyarakat di Kota Yogyakarta dengan usia minimal 17 Tahun dan pernah menggunakan produk *smartphone* Iphone. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yaitu Google Form yang disebarakan kepada responden untuk mengumpulkan data, kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS 25. Teknik analisis dalam penelitian ini berupa uji regresi linear berganda dengan uji hipotesis, uji determinan ( $R^2$ ), uji t, dan uji F (Anova). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang produk *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek, Minat Beli

## ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION OF IPHONE SMARTPHONE IN YOGYAKARTA CITY***

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and brand image on purchase intention. In this study, data was collected using purposive sampling using 100 community respondents in the city of Yogyakarta with a minimum age of 17 years and having used Iphone smartphone products. In this study using an online questionnaire, namely the Google Form which was distributed to respondents to collect data, then the data was processed using SPSS 25. The analysis technique in this study was in the form of multiple linear regression tests with hypothesis testing, determinant test ( $R^2$ ), t test, and F test (Anova). The results of this study indicate that product quality, price, brand image affect the intention to buy Iphone smartphone products in the city of Yogyakarta both simultaneously and partially*

*Keywords: Product Quality, Price, and Brand Image, Repurchase Intention*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transformasi kepada proses transaksi jual beli tidak terlepas dari adanya perubahan dan perkembangan yang pesat dari media teknologi belakangan ini. Artinya, kini perusahaan diharuskan untuk membuat inovasi-inovasi baru secara kreatif dalam memproduksi suatu produk atau jasa agar perusahaan tersebut mampu bertahan. Teknologi yang mengalami perkembangan cepat sepanjang tahunnya dapat ditemukan pada *smartphone*. Banyak perusahaan *smartphone* yang berlomba-lomba untuk mengenalkan produk unggulannya di pasaran dengan meluncurkan berbagai merek terbaru. Kini keberadaan gadget atau *smartphone* telah menjadi kebutuhan pokok untuk mayoritas individu sebab memiliki banyak fungsi seperti untuk keperluan komunikasi, *browsing* atau pencarian informasi melalui internet, aktivitas jual beli *online*, mengirim email, atau hanya sekedar melakukan *update* status di *social media*. Hal tersebut telah membuka peluang bisnis bagi banyak perusahaan *smartphone* untuk dapat menciptakan produk sesuai keinginan konsumen dan meningkatkan kualitas produknya untuk mendapatkan kepuasan konsumen.

Sementara itu perusahaan juga harus melakukan riset lebih dalam terkait kebutuhan konsumen dipasaran sebelum barang tersebut diproduksi. Tujuannya adalah agar produk itu dapat melihat minatnya konsumen sehingga banyak yang membeli. Menurut (Hadi, 2007), perilaku konsumen yakni aktivitas seseorang yang langsung terlibat dalam proses mendapatkan serta mempergunakan jasa atau barang. Ini meliputi proses mengambil keputusan saat persiapan dan penentuan.

Saat proses pengambilan keputusan pembelian, selain perilaku konsumen ada hal lain yang juga penting untuk menjadi bahan pertimbangan yaitu harga.

Pada proses menentukan minat beli barang/jasa, harga menjadi hal penting yang tidak boleh dilewatkan. Tidak sedikit konsumen yang mengubah niatnya saat membeli produk karena faktor harga yang belum sesuai. Harga sendiri termasuk ke dalam hal utama yang mampu mencuri perhatian dari konsumen serta kerap kali dijadikan subjek penelitian secara luas. Definisi harga berdasarkan penjelasan dari Kotler dan Armstrong (2012:290) yaitu jumlah uang yang wajib pembeli bayarkan atas produk/jasa untuk memperoleh manfaat ataupun dapat menggunakan produk atau jasa tertentu.

Selain harga, ada juga faktor lainnya seperti kualitas produk yang sering menjadi fokus konsumen saat menentukan minat beli. Kualitas produk erat kaitannya dengan pengembangan produk berdasarkan permintaan pasar dan konsumen. Jasa atau produk yang dijual haruslah didukung dengan mutu yang baik serta sebanding akan penawaran harga. Ini bertujuan supaya produk yang dijual bisa diterima dan memenuhi apa yang para konsumen butuhkan serta mampu memberikan kepuasan konsumen. Kotler dan Armstrong (2012: 109) memberikan pemaparan, aspek mutu produk sangat penting karena aspek ini mampu menentukan level kepuasan konsumen setelah membeli dan mengonsumsi produk tertentu. Mutu produk bisa menentukan seberapa puas konsumen, sehingga harapannya konsumen akan membeli kembali jasa/produk dari perusahaan.

Diimbangi dari kualitas produk salah satu citra merek juga mempengaruhi minat beli konsumen. Kaitannya dengan konteks ini, citra merek merupakan pandangan konsumen untuk menentukan minatnya dalam membeli produk. Bila

sebuah produk mempunyai merek yang terkenal, maka konsumen cenderung untuk membelinya. Namun, jika sebuah produk memiliki merek yang kurang terkenal, maka konsumen cenderung kurang memiliki minat untuk membelinya. Konsumen memiliki pandangan baik terhadap merek tertentu yang sangat memberikan kemungkinan baginya dalam memilih minatnya dalam membeli produk tersebut. Niat pelanggan untuk membeli sebuah produk ataupun jasa akan semakin tinggi jika citra merek pada produk sudah dikenal luas oleh masyarakat dan disukai banyak masyarakat.

Keberadaan *smartphone* sangat penting dan kini telah menjadi keharusan bagi mayoritas orang untuk dapat memilikinya. Hal ini yang menjadi alasan utama mengapa pengguna *smartphone* terus meningkat. Asia Tenggara merupakan salah satu wilayah yang dinilai sangat berpotensi bagi perusahaan *smartphone* baik global maupun lokal untuk memasarkan produknya. Tidak sedikit perusahaan *smartphone* yang memasarkan produknya di wilayah ini, namun hanya beberapa produk yang dinilai mempunyai kualitas produk baik di mata konsumen.

Iphone merupakan contoh dari *smartphone* yang diproduksi oleh Perusahaan Apple Inc. *Smartphone* merek ini dilengkapi dengan sistem operasi eksklusif yang berbeda dengan kebanyakan merek lainnya dan dirancang khusus oleh Apple yaitu iPhone OS (IOS). IOS merupakan jenis sistem operasi yang mampu mendukung perangkat Apple dan dilengkapi dengan berbagai fitur menarik, seperti kecepatan prosesor dan kamera yang lebih jernih dibanding merek lain. IOS sendiri juga tidak dilisensikan untuk digunakan pada perangkat yang bukan Apple. Hal ini tentunya berpengaruh besar dalam perkembangan Iphone. Oleh sebab itu Iphone terus tumbuh menjadi perusahaan yang berkembang pesat dalam persaingan

teknologi sekaligus memiliki cakupan pasar yang lebih luas di wilayah Asia Tenggara.

Apple terus melakukan berbagai inovasi dalam memproduksi *smartphone* dengan kualitas tinggi dan dilengkapi fitur yang canggih, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar. Apple Iphone adalah contoh dari produk buatan Apple yang banyak diminati di kalangan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat ekonomi menengah hingga masyarakat ekonomi atas, walaupun harganya sendiri dapat dikategorikan mahal. Akan tetapi, harga sebuah produk ditetapkan berdasarkan beberapa aspek pendukung, seperti spesifikasi, keunggulan dan kualitas. Walaupun begitu Iphone masih mampu menembus pasar Indonesia dengan hasil jualan yang terus akan mendapatkan peningkatan dari tahun ke tahun.

Penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Iphone Di Kota Yogyakarta”** dikarenakan saat ini kalangan remaja semakin banyak menggunakan produk *smartphone* merek Iphone ini. Penulis ingin mengetahui apakah kualitas produk dan harga bisa mempengaruhi minat beli terhadap *smartphone* Iphone ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang bisa dirumuskan pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Apakah kualitas produk memberi pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta?

- 2) Apakah harga memberi pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta?
- 3) Apakah citra merek memberi pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta?
- 4) Apakah pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini antara lain untuk menganalisis:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta.
- 2) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta.
- 3) Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta.
- 4) Pengaruh dari kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang *smartphone* Iphone di Kota Yogyakarta.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) **Bagi Peneliti:**

Bisa memperluas wawasan dan pengetahuan baik secara teoritis ataupun aplikasi teori yang didapatkan semasa menempuh pendidikan di perkuliahan.

### 2) **Bagi perusahaan**

Dapat memberi masukan untuk perusahaan mengenai beberapa faktor, di antaranya kualitas produk, harga, serta citra merek yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Oleh karenanya, bisa digunakan untuk membantu mencari strategi perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan perusahaan.

### 3) **Bagi pihak lain**

Mampu dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan mengenai minat pembelian.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian ini, yaitu pada keputusan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Fakultas Bisnis dalam minat beli konsumen pada *smartphone* Iphone ditinjau berdasarkan tiga faktor yakni harga, kualitas produk dan citra merek. Pemilihan masalah ini dengan alasan sebab permasalahan utama yang perlu untuk diselesaikan yaitu menyangkut minat beli ulang konsumen. Pada penelitian ini, peneliti memberikan batasan permasalahan yakni:

1. Tempat Penelitian : Penelitian ini ditunjukkan bagi penduduk Kota Yogyakarta yang pernah menggunakan produk Apple yakni Iphone.
2. Waktu Penelitian : September – Desember 2022

3. Jumlah Responden : 100 responden
4. Variabel yang diteliti : Terdapat variabel bebas yakni Kualitas produk, harga dan citra merek. Sedangkan, minat beli ulang sebagai variabel terikat.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Didapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk mempengaruhi pada Minat Beli Ulang
2. Harga mempengaruhi pada Minat Beli Ulang
3. Citra Merek mempengaruhi pada Minat Beli Ulang
4. Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek mempengaruhi pada Minat Beli Ulang

#### 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini sudah dilakukan sebaik mungkin oleh peneliti, namun tetaplah memiliki keterbatasan. Penelitian ini masih terbatas pada variabel kualitas produk, harga, dan citra merek. Banyaknya variabel yang bisa berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada produk Iphone di Kota Yogyakarta seperti *online customer review*, promosi, *brand ambassador* serta faktor lain yang masih bisa mendukung.

### 5.3 Saran

Adapun sarannya yaitu sebagaimana di bawah ini:

a. Bagi Perusahaan Iphone

- Dari hasil penelitian ini produk Iphone tetap harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk pada Iphone supaya konsumen merasa tertarik untuk menggunakan *smartphone* Iphone.
- Dari hasil penelitian ini harga sudah terbukti signifikannya pada minat beli ulang *smartphone* Iphone di kota Yogyakarta, maka perusahaan harus terus memastikan bahwa harga yang di tawarkan pada pembeli seharusnya sama dengan keuntungan yang akan diterimanya.
- Dari hasil penelitian ini citra merek sudah terbukti signifikan terhadap minat beli pada *smartphone* Iphone, maka perusaha harus tetap meningkatkan dan mempertahankan citra merek ini supaya konsumen merasa tertarik untuk menggunakan *smartphone* Iphone.
- Adapun saran yang dapat diberikan dari penulis kepada perusahaan yaitu tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan manfaat dan nilai yang ada pada produk tersebut, serta meningkatkan kualitas produk dengan harga yang masih dapat dimiliki oleh konsumen.

b. Peneliti Selanjutnya

- Untuk peneliti kedepannya bisa mengganti atau menambahkan menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh pada minat beli ulang dari *smartphone* Iphone seperti promosi, *brand ambbassador* dan juga bisa dengan memperluas area

penelitian sehingga, bisa melihat seperti apa respon konsumen diluar Kota Yogyakarta pada produk Iphone.

- Bagi peneliti berikutnya untuk bisa menambahkan atau melengkapi penelitian ini dengan memakai cara yang berbeda seperti mengumpulkan data dengan wawancara langsung terhadap responden sehingga menghasilkan data yang lebih spesifik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. F. R., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis), Semarang.
- Anggoro, D. G. (2018). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang), Malang.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*, Semarang.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi, Cetakan keenam. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1. Terjemahan Alexander Sindoro, Prehalindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing 14E*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- McCarthy, E. Jerome. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82-85.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- Stanton, William J. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jilid 1. Terjemahan. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Thamrin. 2003. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wisudarini, I. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 109-126.

