

SKRIPSI
PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE



Disusun Oleh :

Irene Alexandria Merani

11170212

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

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

di bawah ini:

Nama : Irene Alexandria Merani
NIM : 11170212
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 BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE”**

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 : 26 Mei 2023

Yang menyatakan,



(Irene Alexandria Merani)

NIM.11170212

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

“PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

IRENE ALEXANDRIA MERANI

11170212

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada tanggal 6 Desember 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM

(Ketua Tim/Dosen Penguji)

2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Penguji)

3. Dr. Singih Santoso, MM

(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta 07 JUL 2022

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Peminas Pangeran, SE., M.Si.

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi judul

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Progam Studi Maajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instasi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicatumkan sebagaimana (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni percabutan gelar sarjana saya.



Yogyakarta, 26 Mei 2023



Irene Alexandria Merani

HALAMAN MOTTO

“Pendidikan adalah seni untuk membuat manusia makin berkarakter”

“ Mendidik pikira tanpa mendidik hati bukanlah pendidikan sama sekali”

“Sebab Tuhan Dia sendiri akan berjalan di depanmu,Dia sendiri akan menyertai engkau,Dia tidak akan membiarkan engkau; janganlah takut dan janganlah patah hati.”

(Ulangan 31:8)

“Kegagalan dalam satu hal adalah tanda bahwa ada keberhasilan dalam hal berikutnya. jangan menyerah coba terus “

(Mario Teguh)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terimakasih Kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus,atas segala kasih,karunia dan augetrah'Nya yang tidak pernah berhenti mengalir dalam hidup saya.
2. Kedua orang tua saya (Alm.Bhetwel Merani dan Alexandria Morin) atas dukungan dan semangat,doa dan jerih payah nya dalam bekerja untuk membiayai saya menjadi sarjana.
3. Saudara Kandung saya (Kakak Susan,Kakak Jhon,Kakak Ricardo,Kakak Sally,Kakak Gravelia,Ade Ronaldo),Ipar kandung saya (Piter Rumaropen, Susan Manufandu, Wiwik Widya , Venly Picasow) keponakan kandung saya (Diego ,Queen ,Aurora,dan All), dan keluarga besar saya yang sudah membantu memberi dukungan.
4. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana Fakultas Bisnis Prodi Manajemen
5. Kepada Sr.Singgih Santoso.,S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing yang membantu saya dalam mengerjakan skripsi
6. Teman Seperjuangan (Kristin Imigkawak, Evani, Eve, dan Karl)
7. Orang-orang terdekat saya (Feby Rumbewas , Rina Sainyakit, Kakak Natalia Babingga, Kakak Santa, Kakak Tio ,Kakak Edis, Theo Dimara , Kakak Feri Pahabol, Kakak Pamela Kafiar, Kakak Gege, Nando Sambo , Marco Majar,Willy Dimara, Ivanka Jamlean, Shiba Ngamelubun, Marcia , Ingge , Nipon, Daniel, Benedick, dan Yam. Yang juga memberi semangat dan dukungan kepada saya.
8. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Panjatkan kepada Tuhan Yesus Yang Maha Esa, Karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH KEPUTUSAN TERHADAP PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE DALAM BRAND IMAGE , KUALITAS PRODUK, DAN HARGA.**”

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa persetujuan, pengarahan dan bimbingan dalam memberikan masukan-masukan kepada penulis, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat berlimpah pada hidup saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik,
2. Sr.Singgih Santoso.,S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah ,membantu memberikan arahan dan bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini;
3. Teman-teman pengguna Iphone yang telah membantu saya dalam mengisi kuesioner
4. Orang Tua dan keluarga saya yang memberikan motivasi dan dukungan kepada saya dan juga kepada sahabat dan teman-teman semua yang telah membantu;
5. Selaku penulis saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi sehingga penulis biasa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Saya mengharapkan agar skripsi ini dapat membawahkan manfaat bagi pengembangan ilmu,’

Yogyakarta



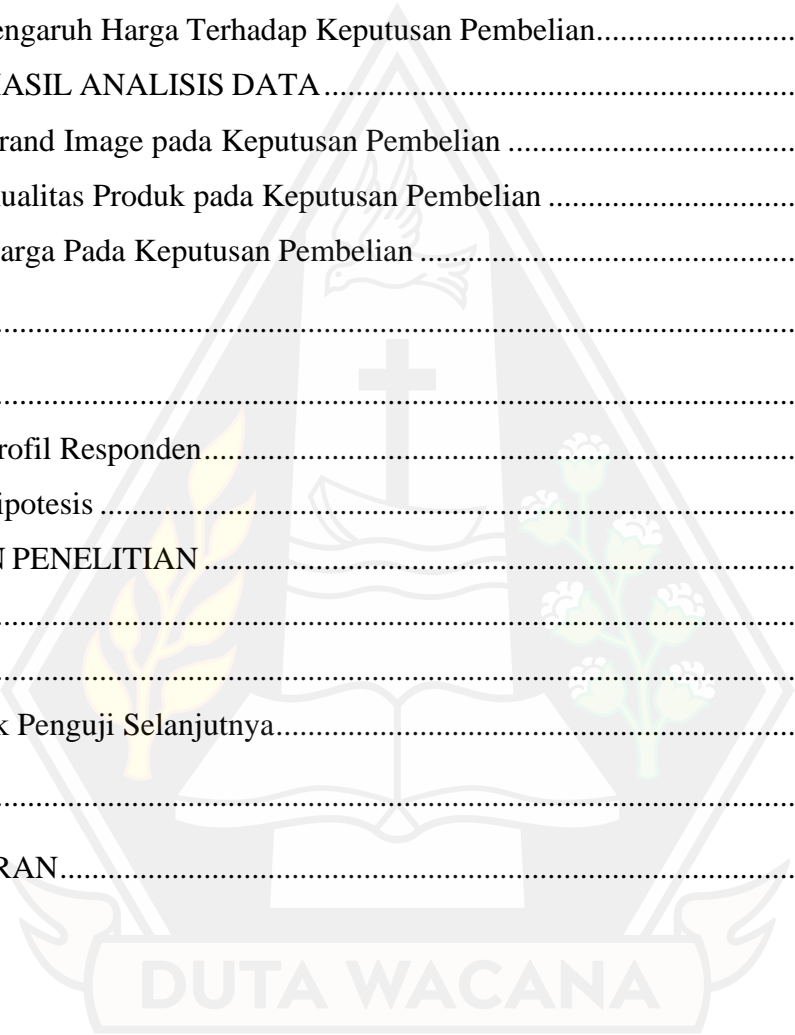
Irene Alexandria Merani

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	I
HALAMAN PENGAJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	IV
HALAMAN MOTTO.....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN.....	XI
ABSTRAK.....	XII
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
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
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 LANDASAN TEORI.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3 Brand Image.....	11
2.1.4 Kualitas Produk.....	13
2.1.5 Harga.....	14
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	15
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.4 KERANGKA PENELITIAN.....	17

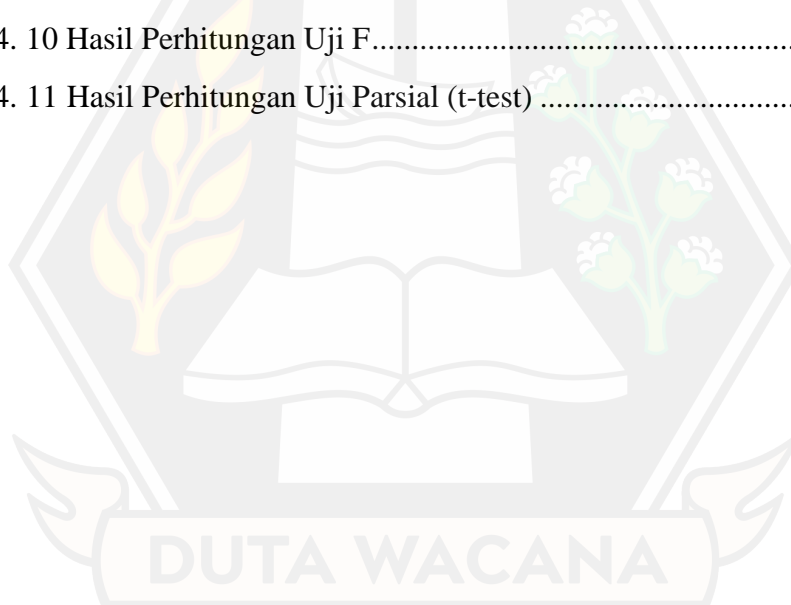
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 JENIS PENELITIAN	20
3.2 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	20
3.2.1 Subjek Peneliti	20
3.2.2 Objek Peneliti.....	21
3.3 POPULASI DAN SAMPEL.....	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel.....	21
3.4 JENIS DAN SUMBER DATA	22
3.4.1 Jenis Data	22
3.5 METODE PENGUMPULAN DATA	22
3.6 VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	23
3.6.1 Variabel Penelitian	23
3.6.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
3.6.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	24
3.7 ANALISIS DATA.....	24
3.8 PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN.....	25
3.8.1 Uji Validitas	25
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.8.3 Analisis Deskriptif.....	27
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	27
3.8.6 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	28
3.8.7 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	30
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	30
4.2 HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN	30
4.2.1 Uji Validitas	30
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	32
4.3 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF.....	32
4.3.1 Profil Responden Sesuai Pernyataan Umur.....	33
4.3.2 Profil Responden Sesuai pernyataan Jenis Kelamin (Gender)	33
4.3.3 Profil Responden Sesuai Pernyataan Pekerjaan	34

4.3.4 Profil Responden Sesuai pernyataan Pendapatan per Bulan	34
4.3.5 Profil Responden Sesuai Pernyataan Frekuensi Pembelian	35
4.4 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	36
4.5 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R ²)	38
4.6 HASIL ANALISIS UJI PENGARUH SIMULTAN F	38
4.7 UJI PARSIAL (T-TEST)	39
4.7.1 Hasil Uji Pengaruh Brand Image pada Keputusan Pembelian	40
4.7.2 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.7.3 Hasil Uji Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.8 PEMBAHASAN HASIL ANALISIS DATA	42
4.8.1 Pengaruh Brand Image pada Keputusan Pembelian	42
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian	42
4.8.3 Pengaruh Harga Pada Keputusan Pembelian	43
BAB 5 PENUTUP.....	44
5.1 KESIMPULAN	44
5.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	44
5.1.2 Hasil Uji Hipotesis	44
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	44
5.3 SARAN	45
5.3.1 Saran Bagi	45
5.3.2 Saran Untuk Penguji Selanjutnya.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peminatan Iphone di Indonesia Tahun 2021	2
Tabel 1. 2 Peminatan Iphone di Indonesia Tahun 2020-2019.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4. 3 Proporsi Responden Sesuai pernyataan Umur	33
Tabel 4. 4 Proporsi Responden Sesuai pernyataan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 5 Proporsi Responden Sesuai pernyataan Pekerjaan	34
Tabel 4. 6 Proporsi Responden Sesuai pernyataan Pendapatan Perbulan	35
Tabel 4. 7 Profil Responden Sesuai Pernyataan Frekuensi Pembelian	35
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	36
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	38
Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Uji F.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Uji Parsial (t-test)	39



DAFTAR GAMBAR

Tabel 2. 1 Kerangka Penelitian	17
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. LEMBAR KUISIONER.....	49
LAMPIRAN 2. REKAPITULASI DATA PENELITIAN	54
LAMPIRAN 3. HASIL OLAH DATA SPSS	74
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	77



ABSTRAK
PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE

Irene Alexandria Merani

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

irenemerani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap pembelian handphone iphone dalam brand image, kualitas produk, dan harga baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna handphone iphone yang berjumlah 108 orang. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode Software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Brand Image, Kualitas Produk, berpengaruh dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial brand image dan kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Brand Image dan Kualitas Produk memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian, maka Produk Iphone sebaiknya selalu memperhatikan Brand Image dan Kualitas Produk Perusahaan.

Kata Kunci : Brand Image ,Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND
PRICE ON PERCEPTION PURCHASE DECISIONS OF IPHONE
MOBILE**

Irene Alexandria Merani

Business Faculty Management Study Program

Duta Wacana Christian University

irenemerani@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of purchasing decisions on the purchase of iPhone mobile phones in brand image, product quality, and price either partially or simultaneously. The data collection technique in this study used a questionnaire. The population in this study were iPhone mobile phone users, amounting to 108 people. This research was conducted using the SPSS software method. The results showed that simultaneously Brand Image, Product Quality, influence and price had a significant effect on consumer purchasing decisions. Partially, brand image and product quality have a significant effect on consumer purchasing decisions and the price variable has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Teknologi kini telah berperan sebagai elemen dari keseharian anak-anak, remaja sampai dewasa. Dipergunakan bagi pekerjaan, liburan dan alat komunikasi satu dengan yang lainnya. Komunikasi yakni aktivitas manusia yang sering dialami pada keseharian yang telah menjadi suatu hal yang terpenting pada relasi sosial masyarakat. Kebutuhan manusia saat ini untuk saling berkomunikasi, mendapatkan informasi dalam saling mengenal satu sama lain.

Berubahnya serta berkembangnya teknologi komunikasi informasi Kian maju secara langsung ataupun tidak memicu berubahnya pandangan hidup, gaya hidup serta nilai yang masyarakat dan berujung pada masyarakat sejalan dengan perkembangannya serta perubahannya teknologi komunikasi maupun informasi yang tersedia saat ini, hingga kemudian hal tersebut yakni kesempatan untuk tiap korporasi terlebih lagi perusahaan yang membidangi teknologi komunikasi dan informasi agar kian mengalami perkembangan pula.

Yang kita bisa lihat salah satu contoh yakni dari perusahaan telepon seluler ataupun smartphone yang menjadi alat telekomunikasi elektronik portabel serta mempunyai kapabilitas bagi pengiriman pesan berbentuk audio. Pada kehidupan saat ini manusia hampir tidak dapat dilepaskan dari ponsel. Dimana saat ini kita tahu bahwasanya ponsel sekarang yakni alat berkomunikasi yang sangatlah efektif serta efisien dalam membangun hubungan dengan individu-individu terhadap melalui canggihnya teknologi sekarang fungsi ponsel tidak sebatas selaku alat berkomunikasi, namun pemakaian pula bisa menjangkau internet, pesan singkat, swafoto, berbisnis serta pula saling mengirimkan data.

Beberapa merek handphone yang terdapat dipasaran saat ini sangat beragam, produk yang sangatlah merajai pasar handphone di Indonesia contohnya merek Nokia, Blackberry, Apple (Iphone) serta Samsung. Apple selaku korporasi multinasional yang menghadirkan banyak produk andalannya yakni terkenal dengan dengan nama Iphone, Apple yakni satu-satunya korporasi teknologi yang sukses menggabungkan antara perangkat keras serta perangkat lunaknya sendiri,

tidak sama dengan pabrik lain yang cenderung mengandalkan perangkat lunak dari google.

Apple iPhone yakni merk terkenal yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia dengan kualitas produk yang sudah dipercayai selaku produk terfavorit masyarakat baik dari aspek mutu produk, desainnya ataupun harganya. Sekarang iPhone menjadi handphone paling laris di dunia, Salah satunya di Indonesia yang membuat iPhone produk yang diandalkan oleh sebagian besar pengguna di Indonesia.

Apple iPhone selalu berinovasi untuk menghadirkan produk handphone yang bermutu serta canggih yang bisa akomodasi keperluan masyarakat modern sekarang. Apple menghadirkan produk terbaru beserta spesifikasi serta fitur-fiturnya yang semakin lengkap yakni Apple iPhone yang saat ini banyak masyarakat minati baik dari kelompok masyarakat yang berekonomi menengah hingga berekonomi atas mengingat iPhone produk yang terbilang bernilai, terjangkau ataupun mahal nya sebuah produk bergantung kepada spesifikasi tanda kelebihan serta mutu dari produk tersebut. Demikian iPhone bisa memasuki pasar Indonesia disertai penjualan dari waktu ke waktu yang senantiasa meningkat.

Di pasaran Indonesia tanda , tidak sedikit merek handphone yang beredar, iPhone yakni salah satu merek yang dari hari ke hari kian mengalami peningkatan pada penjualannya. Di tabel 1.1 hasil survei dari Gartner 2021 melalui KompasTv.com sales 79,942.7,market share 20.8,dan Growth 14.9.

Tabel 1.1 Peminatan Iphone di Indonesia Tahun 2021

Vendor	4Q20 Sales	4Q20 Market Share (%)	4Q19 Sales	4Q19 Market Share (%)	4Q20-4Q19 Growth (%)
Apple	79.942.7	20.8	69.550.6	17.1	14.0
Samsung	62.117.0	16.2	70.404.4	17.3	-11.8
Xiomi	43.430.3	11.3	32.446.9	8.0	33.9
Oppo	34.373.7	8.9	30.452.5	7.5	12.9

Huawei	34.315.7	8.9	58.301.6	14.3	-41.1
Others	130.442.8	33.9	145.482.1	35.8	-10.3
Total	384.622.3	100.0	406.638.1	100.0	-5.4

Dari tabel di atas dapat melihat bahwa pangsa pasar Iphone handphone nomor 1 di Indonesia yang saat ini sangat berkembang pesat dan banyak peminatan, Iphone mulai meningkat setelah mengeluarkan seri terbaru yaitu Iphone 12. Itu membuat peminat dan pembeli Iphone semakin naik.

Table 1.2 Peminatan Iphone di Indonesia Tahun 2020-2019

Vendor	Penjualan 2020	Pangsa Pasar 2020	Penjualan 2019	Pangsa Pasar 2019	Pertumbuhan YoY
Samsung	253 Juta Unit	18,8 %	296 Juta Unit	19,2%	-14,6 %
Apple	1998,8 Juta Unit	14,8%	193,4 Juta Unit	12,6 %	3,3 %
Huawei	182.6 Juta Unit	13,5%	240,6 Juta Unit	15,6 %	-24,1 %
	145,8 Juta Unit	10,8 %	126 Juta Unit	8,2 %	15,7 %
Oppo	111,7 Juta Unit	8,3 %	118,6 Juta Unit	7,7 %	-5,8 %
Lainnya	454,7 Juta Unit	33,7%	565,6 Juta Unit	36,7 %	-19,6 %
Total	1,34 Miliar Unit	100%	1,54 Miliar Unit	100 %	-12,5 %

Dari tabel 1.2 ini merupakan data 2 tahun terakhir di sini sini bisa di lihat dari tabel tahun Iphone 2020-2019 sehingga di sini kita bisa melihat Iphone sangat berpengaruh pertumbuhan sangat positif di tengah pademi 3,3 persen di tengah

pandemi. Sepanjang tahun 2020, Apple berhasil menjual 199,8 juta unit ponsel, naik dari 2019 yang sebesar 193,4 juta unit ponsel.

Berdasarkan (Kotler & Armstrong, 2014) kualitas produk yakni kekuatan produk ketika mempraktikkan kegunaannya, faktor ini dapat meliputi ketahanan, jaminan, akurasi, cara mudah menggunakan, serta perbaikan produk, dan kelengkapan produk-produknya. Jikalau produk tersebut menjalankan fungsinya dengan baik maka produk itu dapat disebut produk yang mempunyai keunggulan bagus. Tidak hanya faktor kualitas produk Citra merek yakni respon pelanggan terhadap sebuah merek yang didasari oleh baik ataupun buruknya merek yang diingat konsumen Sesuai pernyataan (Keller, 2013) Tidak hanya faktor brand image. Produk yakni sebagai seluruh hal yang bisa ditawarkan ke pasar supaya mengambil perhatian, mengakuisisi, pemakaian ataupun konsumsi yang bisa memberikan kepuasan atas sebuah harapan maupun keperluan Sesuai pernyataan (Kotler dan Armstrong). Dan tidak hanya faktor produk. Harga yakni sejumlah nominal yang ditagih atas sebuah produk maupun layanan, ataupun nominal dari nilai yang ditukar para konsumen guna mendapat manfaat dari mempunyai ataupun mempergunakan sebuah produk maupun layanan.

Berdasarkan dari deskripsi di atas, peneliti ingin membuat penelitian tentang kepuasan konsumen, yang berkaitan dengan keputusan pembelian, brand image, kualitas, produk, serta harga. Untuk itu peneliti mengangkat judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE IPHONE.**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Mengingat landasan tersebut, bahwasanya dalam rumusan masalah untuk penelitian ini yakni :

1. Apakah Brand Image memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone ?

2. Apakah Kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Iphone?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat pembeli?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Mengingat rumusan masalah tersebut, bahwasanya dalam tujuan penelitian untuk penelitian ini yakni:

1. Guna menguji pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian Handphone iPhone.
2. Guna menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Handphone iPhone.
3. Guna menguji pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Handphone iPhone.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini semoga bisa memberikan wawasan untuk orang yang membutuhkan seperti :

1. Bagi perusahaan

Manfaat bagi perusahaan Penelitian ini semoga bisa mengajukan saran dengan memberikan masukan dari konsumen tentang suatu keputusan pembelian terhadap, brand image, kualitas, produk,serta harga. supaya bisa membantu perusahaan untuk memberi produk yang baik agar konsumen bisa merasa puas kemudian memiliki dampak meningkat penjualan.

2. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Manfaat bagi Universitas Kristen Duta Wacana dari hasil penelitian ini dijadikan bahan referensi sesuai dengan bidang yang akan di teliti,memberikan sumbangan pemikiran,dan menambah wawasan pengetahuan.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat Untuk mengenai handphone Iphone bisa untuk informasi mengenai produk yang dijual dan pertimbangan produk.

Manfaat bagi masyarakat.

4. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti Melalui penelitian ini memberikan manfaat berupa pengetahuan dan wawasan kepada peneliti

1.5 BATASAN PENELITIAN

Adapun masalah supaya penelitian ini masih dalam penelitian yang diteliti sehingga penelitian ini dapat ditunjukkan pada:

1. Lokasi

Lokasi Penelitian dilakukan di Yogyakarta

2. Responden

Gender : Pria dan wanita

Umur : Penelitian ini yakni

3. Penyebaran Kuesioner : Kuesioner disebarakan dengan menggunakan Google From

Variable-variable

Variable untuk penelitian ini yakni :

- a. Variable Independen : Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga
- b. Variabel dependen : Keputusan Pembelian

BAB 5

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan analisis dan pengujian terhadap variable Brand Image, Kualitas Produk, serta Harga.

Pada masyarakat pernah menggunakan Handphone Iphone dan yang sedang menggunakan Handphone Iphone.

5.1.1 Deskripsi Profil Responden

Responden untuk pengujian ini yakni 108 responden /kosnumen yang menggunakan Iphone Responden Jenis Kelamin terbanyak yakni Wanita sebesar 57 responden, yang kedua responden untuk umur terbanyak yakni 21 Tahun Sampai 30 Tahun sebanyak 50 Responden, yang ketiga responden untuk pekerjaan terbanyak yakni Pelajar Mahasiswa sebanyak 86 responden, yang keempat untuk pendapatan terbanyak yakni s/d Rp.1.000.000- yakni 53 responden, dan yang kelima untuk frekuensi pengelompokan terakhir terbanyak yakni s/d 3 kali sebanyak 108 responden.

5.1.2 Hasil Uji Hipotesis

Brand Image memberikan Pengaruh Signifikan pada Keputusan Pembelian Handphone Iphone, Kualitas Produk memberikan pengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian Handphone Iphone Harga Tidak memberikan pengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian Handphone Iphone.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Pengujian ini telah di lakukan dengan semaksimal mungkin tapi masih ada keterbatasan penelitian yakni:

- a. Penelitian ini mengangkat sampel untuk pengguna dan pernah menggunakan Handphone Iphone.
- b. Jumlah responden dalam penelitian ini sangat terbatas yakni 108 responden sehingga ada kemungkinan belum meresentasikan keberagaman konsumen.

- c. Pengujian ini hanya meliputi variable Brand Image, Kualitas Produk , serta Harga, dan masih terdapat variable lainnya yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, seperti keberagaman produk dan faktor emosional, dll.

5.3 SARAN

Dari hasil pengujian pembahasan serta kesimpulan ada beberapa saran yang bisa disampaikan, yakni:

5.3.1 Saran Bagi

- a. Untuk Faktor Brand Image memberikan pengaruh Positif pada Keputusan Pembelian, maka perusahaan harus selalu.
- b. Untuk Faktor Kualitas Produk memberikan pengaruh Positif pada keputusan Pembelian, maka perusahaan harus mengembangkan ataupun berinovasi atas Performance, Feature, Conformance, Durability , Serviceability, Aesthetics dari produk Iphone sehingga konsumen akan selalu merasa puas.
- c. Untuk Faktor Harga memberikan pengaruh Negatif terhadap keputusan pembelian, karena pekerjaan dan pendapatan tidak sesuai dengan harga Handphone Iphone maka perusahaan dalam menentukan harga produknya harus selalu memperhatikan keterjangkauan harga, daya saing dan kesesuaian gaya tersebut sesuai dengan brand image serta kualitas produk agar konsumen merasa puas.

5.3.2 Saran Untuk Penguji Selanjutnya

- a. Penguji berikutnya semoga bisa meneliti beberapa jenis Handphone sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.
- b. Peneliti di harapkan bisa menambah variable independent lainnya agar dapat melihat factor yang mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian dengan lebih lengkap.
- c. Peneliti diharapkan bisa meperluas sampel agar data yang di hasilkan bisa lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Wijayati,(2016), *Pengaruh Harga,Merek,dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Pazia Phone*. Kediri Town Square
- Irmani Syafitri, (2019). *Pengertian Handphone Berserta Sejarah dan Fungsi Handphone Yang Haru Anda Ketahui*
<https://www.nesabamedia.com/pengertian-handphone>.
- Blog kamikazes, (2010). *Pengertian Iphone, ipad, Android*,
<http://blogkamikazes.blogspot.com/2010/12/pengertian-iphone-ipad-android.html>
- Galuh Putri Riyanto, (2021). *5 Besar Vendor Smartphone Global, Apple Teratas Berkat iPhone 12*, Editor Oik Yusuf.
- Kompas.com, (2021).*5 Besar vendor Smarthphonw global,Apple teratas berkat iPhone 12*, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/19010007/5->
- Shytia Devi Pandu'u, (2017).*Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone* .Studi pada mahasiswa di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Rizky Fadila Tanjung, (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hdup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone* . Studi pada Mahasiswa Fisip Umsu.
- Yuli Novita Sari, (2016). *Pengaruh Harga,Kualitas Produk dan citra merek terhadap keputusan Pembelian Smarthphone merek apple (Iphone)*. Pada Mahasiswa Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara.
- Irsalina (2011). *Pengaruh citra merek (Brand Image) terhadap Keputusan dalam membeli Handphone Blackberry*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Muhammad Fadhli Dzil Akbar,Nawazirul Lubis dan Sari Listyorini, *,Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada*

- pemilik Iphone. (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas sosial dan Ilmu Politik Universitas Di Ponegoro*
- Ekky Suti Wibisono, (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian konsumen terhadap keputusan pembelian kosumen* UD.Rizky Barokah di Balogbendo
- Olivia Gustiara Risbar,(2017). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian Iphone. pada konsumen* PT.Trikonsel OKE.Tbk Palembang
- Ellavine Ichlasa Amalia, (2016). *Pemintan Iphone Paling Banyak Berasal dari Indonesia*.<https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/gNQ6QWqb-peminat-iphone-paling-banyak-berasal-dari-indonesia>.
- Noor Wahyuni, (2014), *Uji Validitas dan Reliabilitas*,Binus University.
- Ronaldo Nasario Magang, (2020),*Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk,Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelin Ulang Handphone Vivo*. Dikabupaten Sleman.
- Ayunindya Anistri, (2021). *12 Produk Terbaru Apple Indonesia,Mana Pilihan mu*.
<https://www.cekaja.com/info/produk-terbaru-apple-di-indonesia>.
- Kristia (2012). *Analisis citra merek,presepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian bandeng presto*.Universitas Diponegoro Semarang.
- Desy Amelia Fristiana (2021).*Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. Jurnal Volume 2 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Bayu (2021),*8 Kelebihan Iphone dan kekurangan Dibanding Hp Android*.
<https://hpsultan.com/kelebihan-iphone-dan-kekurangannya/>.