

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
JOY LORENZIUS
11190814**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen



**DISUSUN OLEH:
JOY LORENZIUS**

11190814

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



Disusun Oleh

Joy Lorenzius

11190814

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2023

**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 : Joy Lorenzius
NIM : 11190814
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:

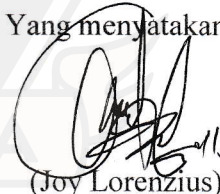
**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

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 : 27 Juni 2023

Yang menyatakan



(Joy Lorenzius)

11190814

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JOY LORENZIUS

11190814

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 19 Juni 2023

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Dosen Pembimbing)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

: 
: 
: 

Yogyakarta, 26 Juni 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, Msi

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

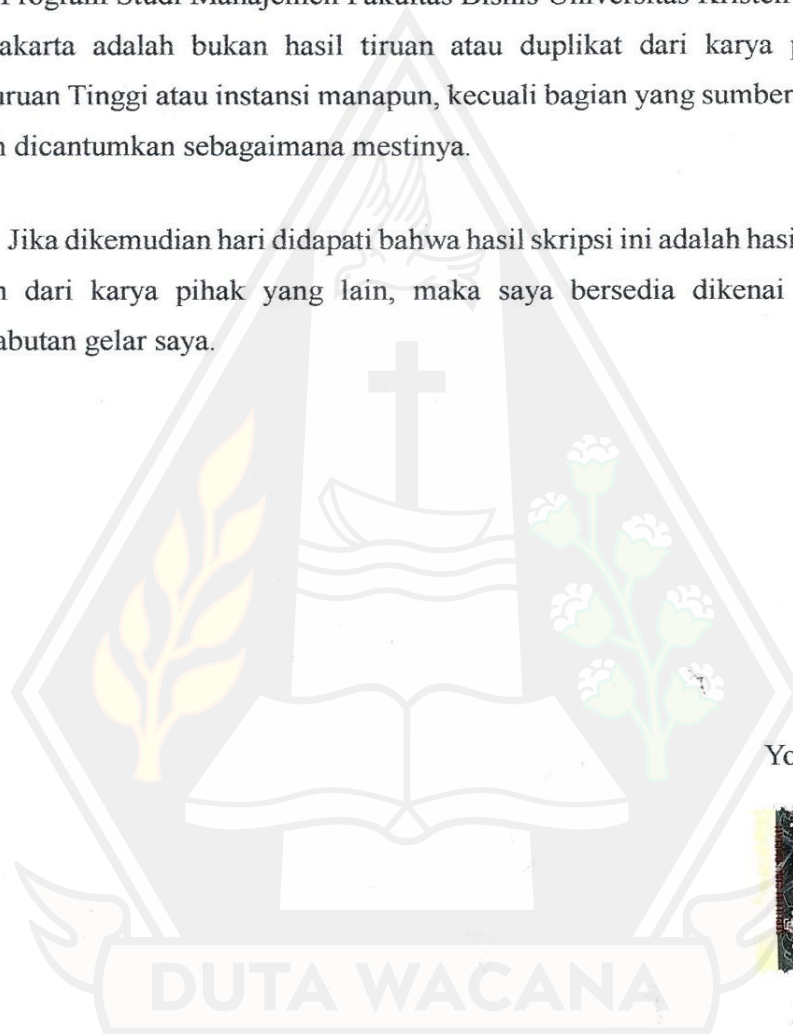
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI IPHONE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikat dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak yang lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.



Yogyakarta,...



Joy Lorenzius
11190814

HALAMAN MOTTO

Hai pemalas, pergilah kepada semut, perhatikanlah tingkah lakunya dan jadilah bijak: biarpun tidak ada pemimpinnya, pengaturannya atau penguasanya, ia menyediakan rotinya di musim panas dan mengumpulkan makanannya pada waktu panen.

(Amsal 6:6 – 9)

Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicoba Ia akan memberikan kepadamu jalan keluar, sehingga kamu dapat menanggungnya.

(1 Korintus 10:13)

Saya percaya bumi itu berputar, itu bukan tanpa alasan, bumi berputar untuk makhluk hidup didalamnya dapat hidup, begitupun manusia harus mengalami proses itu.

(Joy Lorenzius)

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi Sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu dalam memberi saran dan dukungan dalam pembuatan skripsi ini sehingga proses dalam pembuatan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Maka dari itu, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, untuk segala kekuatan, penyertaan dan seluruh berkat-berkatNya sehingga penulis mampu berada pada tahap ini dan menjalani setiap proses penyelesaian skripsi ini.
2. Kepada diri sendiri yang telah mau menyelesaikan skripsi ini dan mampu melewati setiap proses penulisan skripsi ini.
3. Kepada Orang Tua yang telah membiayai hidup peneliti semasa kuliah serta memberikan doa dan dukungan hingga saat ini.
4. Kepada Bapak Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu, memberikan arahan serta memudahkan penulis dalam proses bimbingan dan selalu membimbing sampai dengan skripsi ini selesai dengan baik.
5. Kepada Kak Vermona Lumban Gaol dan Bang Willy Yosua Lumban Gaol selaku saudara kandung yang telah membantu dan serta memberikan materi dan juga memberikan dukungan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Monica Patricia Putri Wongso yang telah memberikan semangat dan menemani selama penulis mengerjakan skripsi sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Kepada Bang Angga Valentino Sidauruk selaku kakak tingkat selama kuliah yang telah membantu dalam memberikan saran dan arahan selama proses mengerjakan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara moril dan materil kepada penulis.

KATA PENGANTAR

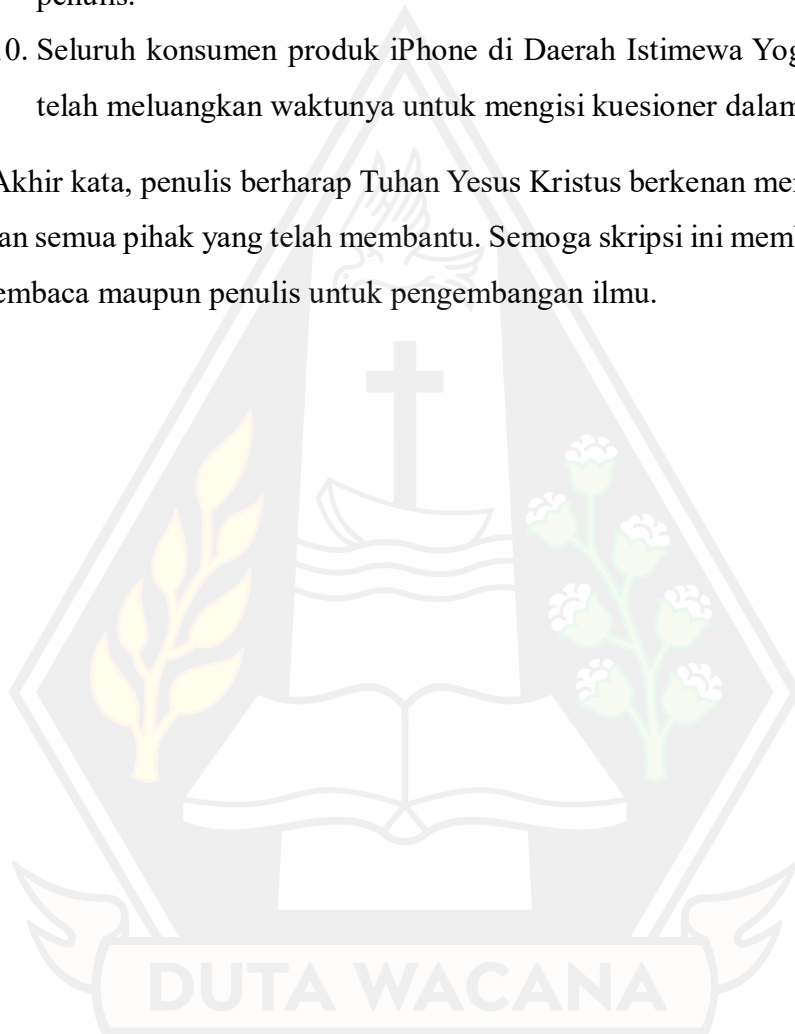
Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan dan kasih karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PRODUK IPHONE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Selain itu skripsi diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat selesai tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, M. Si selaku Dekan Fakultas Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Andreas Ari Sukoco, SE, M.M., M. Min selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, segala bantuan dan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Bisnis yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi.
5. Orantua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kak Vermona Lumban Gaol dan Bang Willy Yosua Lumban Gaol selaku saudara kandung yang serta memberikan materi serta dukungan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Monica Patricia Putri Wongso yang telah memberikan semangat dan menemani selama penulis mengerjakan skripsi sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

8. Kepada Bang Angga Valentino Sidauruk selaku kakak tingkat selama kuliah yang telah membantu dalam memberikan saran dan arahan selama proses mengerjakan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
10. Seluruh konsumen produk iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca maupun penulis untuk pengembangan ilmu.



Yogyakarta, 10 Mei 2023

Joy Lorenzius

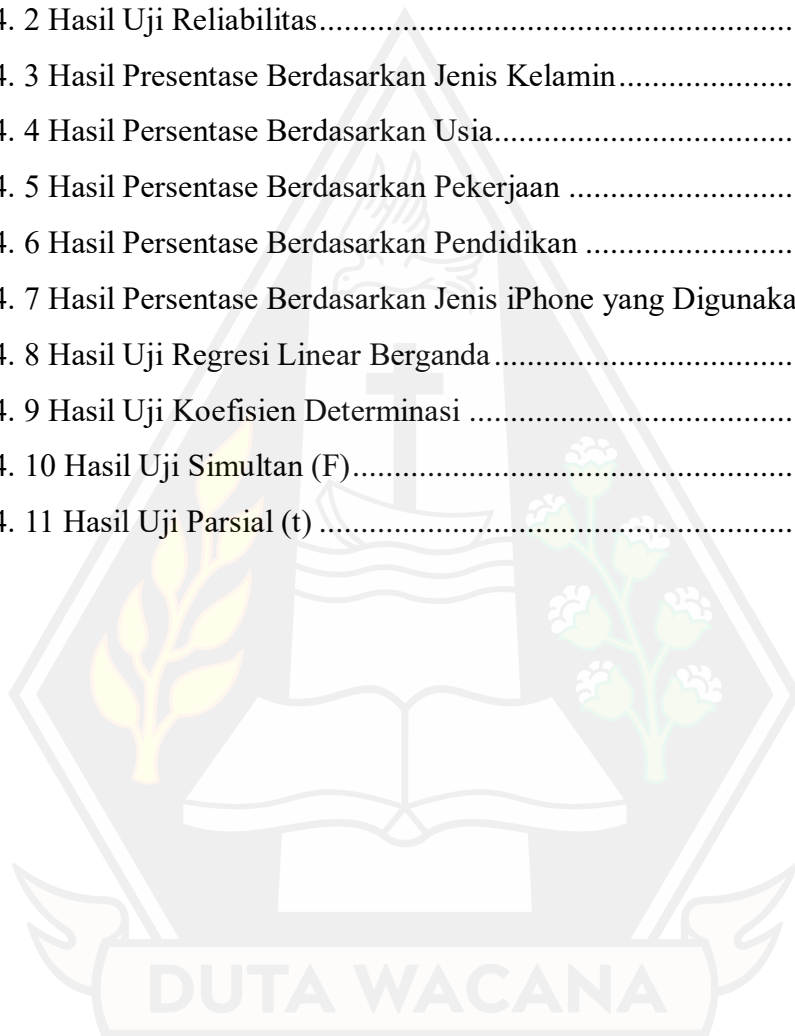
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 LANDASAN TEORI.....	9
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Persepsi Harga.....	14
2.1.4 Minat Beli Konsumen	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Penelitian	19
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Data.....	21
3.2 Sumber Data	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Populasi dan Sampel	22

3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6	Pengukuran Variabel	26
3.1	Metode Analisis Data.....	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	27
3.7.3	Analisis Deskriptif	28
3.7.4	Uji Regresi Linear Berganda	29
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi R.....	29
3.7.6	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	29
3.7.7	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	30
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Uji Validitas.....	32
4.2	Uji Reliabilitas.....	34
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	34
4.3.1	Jenis Kelamin.....	35
4.3.2	Usia.....	35
4.3.3	Pekerjaan	36
4.3.4	Pendidikan	36
4.3.5	Jenis iPhone yang digunakan.....	37
4.4	Uji Regresi Linear Berganda	38
4.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
4.6	Uji Signifikasi Simultan (F)	41
4.7	Uji Signifikasi Parsial (Uji t).....	42
4.8	Pembahasan Hasil.....	43
BAB V	45
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Rekomendasi	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Tingkat Preferensi Jawaban Kuesioner	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 3 Hasil Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 4 Hasil Persentase Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 5 Hasil Persentase Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 6 Hasil Persentase Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 4. 7 Hasil Persentase Berdasarkan Jenis iPhone yang Digunakan	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (F).....	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (t)	42



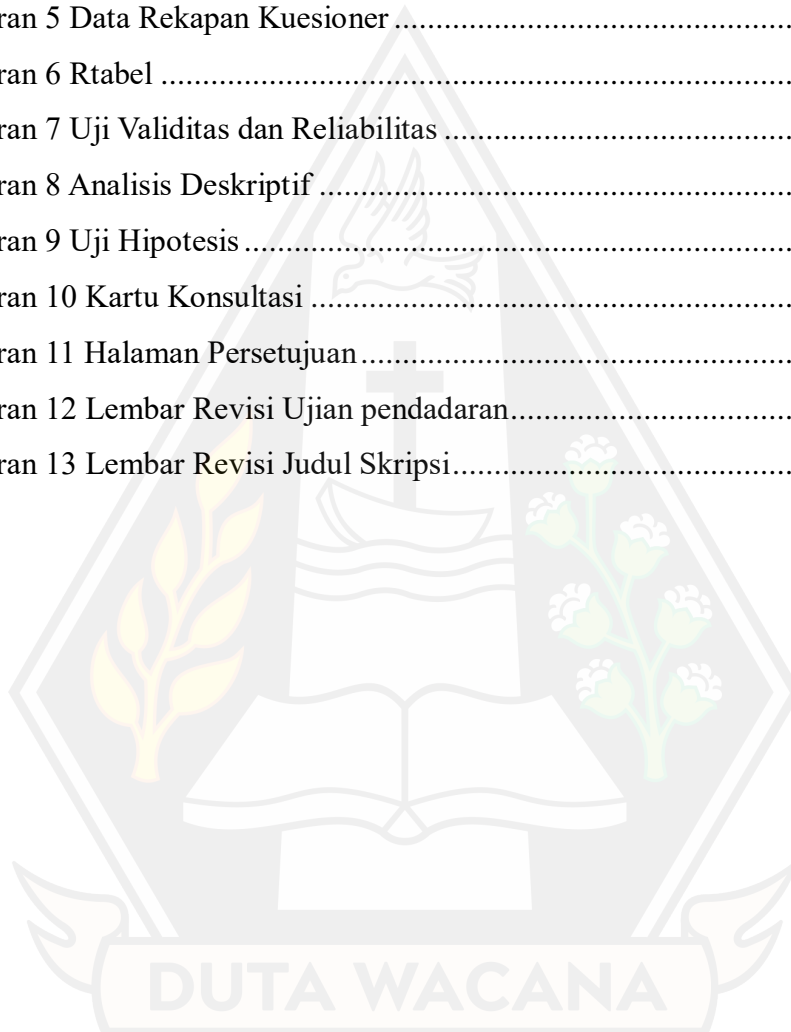
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Global Smartphone Market Share by Vendor, Sumber: Burga	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 Profil Responden.....	50
Lampiran 3 Cara Pengisian Kuesioner	51
Lampiran 4 Data Rekapitulasi Profil Responden	54
Lampiran 5 Data Rekapitulasi Kuesioner	57
Lampiran 6 Rtabel	68
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
Lampiran 8 Analisis Deskriptif	73
Lampiran 9 Uji Hipotesis	74
Lampiran 10 Kartu Konsultasi	76
Lampiran 11 Halaman Persetujuan	77
Lampiran 12 Lembar Revisi Ujian pendadaran.....	78
Lampiran 13 Lembar Revisi Judul Skripsi.....	79



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Joy Lorenzius

11190814

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

joylorenzius@gmail.com

ABSTRAK

Orang-orang menggunakan teknologi modern dalam kehidupan sehari-hari mereka untuk berbagai tujuan, seperti bekerja, berinteraksi, bermain *game*, dan bersenang-senang. Komunikasi menjadi sesuatu yang penting bagi individu untuk bisa melakukan aktivitas sehari-hari. Manusia saling membutuhkan satu sama lain karena mereka tidak dapat hidup sendiri. Informasi menjadi mudah didapatkan jika kita melakukan komunikasi yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dimana didalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data adalah dengan adanya penyebaran kuesioner melalui Google Form.

Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga secara simultan dan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai produk iPhone dengan menggunakan variabel yang lain. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Minat Beli

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON INTEREST TO BUY IPHONE PRODUCTS IN THE
SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***

Joy Lorenzius

11190814

Management Study Program Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

joylorenzius@gmail.com

ABSTRACT

People use modern technology in their daily lives for a variety of purposes, such as working, interacting, playing games, and having fun. Communication becomes something important for individuals to be able to carry out daily activities. People need each other because they cannot live alone. Information becomes easy to get if we do good communication.

This study uses a quantitative method with an associative approach. Where in this study the method of data collection carried out by the author to collect data is by distributing questionnaires through the Google Form.

Brand Image, Product Quality and Perceived Price simultaneously and partially have a positive and significant effect on Interest to Buy iPhone products in the Special Region of Yogyakarta. For further research, you can conduct research on iPhone products using other variables. The results of this study can be used as a guideline for further research.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Perceived Price and Purchase Intention

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Orang-orang menggunakan teknologi modern dalam kehidupan sehari-hari mereka untuk berbagai tujuan, seperti bekerja, berinteraksi, bermain *game*, dan bersenang-senang. Komunikasi menjadi sesuatu yang penting bagi individu untuk bisa melakukan aktivitas sehari-hari. Manusia saling membutuhkan satu sama lain karena mereka tidak dapat hidup sendiri. Informasi menjadi mudah didapatkan jika kita melakukan komunikasi yang baik. Metode komunikasi telah dilakukan sudah dari jaman dahulu kala, dimana masyarakat dulu berkomunikasi jarak jauh menggunakan burung merpati sebagai pembawa pesan yang ingin ditujukan kepada seseorang, dan berkembang melalui surat menyurat yang dimana cukup memakan waktu untuk bisa sampai ke alamat yang dituju. Tapi dengan perkembangan jaman yang ada saat ini bukan lagi menjadi masalah, dimana pada jaman ini internet sudah berkembang pesat dan dipakai oleh seluruh dunia. Dengan adanya internet, komunikasi menjadi sangat cepat dan informasi yang sangat mudah didapat dan juga efisien. Adanya internet juga membuat masyarakat menjadi lebih mudah terkoneksi dengan hal apapun yang terjadi didalam maupun luar negeri. Salah satu teknologi yang menggunakan jaringan internet ialah *smartphone*. Perangkat *smartphone* ini berbeda dari ponsel biasa yang hanya dapat digunakan untuk mengirimkan pesan singkat. *Smartphone* merupakan sebuah teknologi telepon pintar yang dilengkapi dengan berbagai fitur modern seperti e-mail, *browser*, whatsapp, line, pemutar audio, kamera, Instagram dan video, game, kompas, memo, serta banyak lagi.

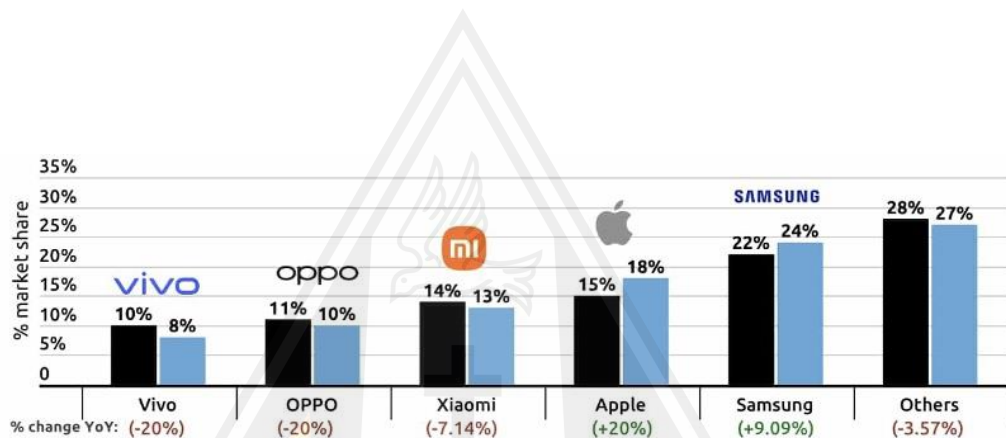
Pada dasarnya, masyarakat menggunakan *smartphone* untuk membantu dan mempermudah kehidupan sehari-hari serta guna memperluas pandangan mereka demi kepuasan pribadi. Semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap *smartphone*, mendorong perusahaan-perusahaan *smartphone* untuk bersaing dalam menciptakan produk yang menarik konsumen dan memberikan kepuasan.

Perusahaan harus mempunyai kelebihan kompetitif yang ditetapkan oleh kemampuan mereka dalam memberikan nilai tambahan dibandingkan pesaing mereka.

Perusahaan Apple merupakan perusahaan yang bergerak dibidang teknologi yang kreatif, termasuk produk Apple yang Bernama iPhone. Produk Apple (iPhone) merupakan produk *smartphone* yang diluncurkan pertama kali pada 09 januari 2007 dimana CEO Apple yaitu Steve Jobs memperkenalkan iPhone pertama kalinya dalam ajang MacWorld 2007 di Moscone Center. Bos perusahaan Apple kala itu menyatakan huruf I (dibaca ai) pada perangkat Apple (termasuk iPhone, iPod, iMac dan iPad) memiliki makna tentang internet, individu, informasi dan inspirasi. Hal yang menarik dari pengumuman perangkat iPhone pertama Ketika itu adalah inovasi perangkat 3-in-1 dimana iPhone menggabungkan pemutar music iPod, perangkat komunikasi internet dan telepon hanya dalam satu genggam. Kemunculan iPhone sempat menggemparkan dunia karena memiliki teknologi yang handal dan simpel. iPhone berusaha untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain yang lebih dulu memasuki dunia *smartphone* dimana pada saat itu *smartphone* sedang berada di fase transformasi dari ponsel ke *smartphone*. iPhone saat ini bisa dikatakan memiliki citra merk yang khas, karena iPhone memiliki aplikasi store sendiri dan juga memiliki sistem keamanan sendiri. Citra merk iPhone didunia merupakan produk yang teratas, karena pengguna iPhone dapat mengoperasikan produk iPhone dengan mudah karena *smartphone* ini dirancang memiliki fitur dan fisik yang khas. iPhone memiliki keunggulan tersendiri karena memiliki perangkat lunak sendiri, karena dengan adanya perangkat lunak tersendiri, maka *smartphone* yang digunakan akan bekerja dengan maksimal sehingga konsumen tidak perlu takut dengan *smartphone* yang sering lelet atau lama dalam memproses data.

Di Indonesia, banyak merk *smartphone* yang digunakan oleh masyarakat dengan berbagai macam harga, Apple menjadi salah satu perusahaan yang penjualannya semakin bertambah seiring waktu. Tabel 1 menunjukkan hasil survei perdagangan dan pangsa pasar *smartphone* produsen ponsel global di tahun 2021–2022, yang dilakukan oleh Burga.com, sebuah firma riset pasar., tercatat

bahwasannya pangsa pasar iPhone telah naik di angka 18% dari sebelumnya 15% pada tahun 2021. Perubahan pada persentasi selama satu tahun meningkat sebanyak 20% dimana Apple membuktikan produk iPhone ini adalah produk yang berkualitas. Dari data ini membuktikan bahwa iPhone mampu menarik perhatian konsumen dan juga bersaing dengan produk lain yang sejenis.



Gambar 1. 1: Global Smartphone Market Share by Vendor, Sumber: Burga

Dari data pada gambar 1.1 menunjukkan tentang global market share (%) by Vendor pada kuartal 2021 Q1 vs 2022 Q1 dimana perkembangan pangsa pasar iPhone meningkat dari dimulainya produksi iPhone pada tahun 2007, namun data terbaru mengatakan bahwa iPhone memiliki penjualan di kuartal III/2022 tercatat mencapai 53,0 juta unit atau tumbuh 8% jika dibandingkan periode yang sama tahun 2021 seperti yang diberitakan oleh Khadijah Shahnaz di Bisnis.com pada tanggal 07 November 2022.

Peningkatan penjualan iPhone tidak datang secara kebetulan, namun ada sebab meningkatnya penjualan iPhone yaitu konsistensi iPhone dalam membuat *smartphone* yang berkualitas dengan memberikan kamera yang cukup bagus dimana banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan *smartphone* ini dalam kehidupan sehari-hari. Apple juga memberikan kepuasan dalam menggunakan iPhone dimana prosesor yang mereka gunakan sudah cukup bagus sehingga pada saat konsumen menggunakan iPhone akan sangat jarang mengalami lelet pada *smartphone*, dan juga iPhone sekarang banyak digunakan dalam ajang e-sport

karena kesaksian dari beberapa *pro player* mengatakan bahwa mereka menggunakan iPhone karena memiliki prosesor yang bagus dan juga memiliki kualitas gambar yang halus (*smooth*).

Di balik peningkatan penjualan iPhone pada tahun 2022, terdapat banyak iPhone *refurbished* yang beredar di pasaran. Hal ini disebabkan oleh adanya banyak produk iPhone yang diklaim garansi dan diterima oleh Apple. iPhone *refurbished* adalah perangkat bekas yang telah digunakan sebelumnya dan mengalami klaim garansi atau memiliki cacat *software* atau *hardware* yang diperbaiki oleh pengguna sebelum dijual kembali. Produk tersebut dipulihkan, lalu melalui pengujian ulang dengan utuh sebelum dipasarkan kembali oleh Apple menggunakan harga yang lebih terjangkau. Tetapi, di Indonesia, banyak masyarakat yang masih ragu terhadap kualitas produk *refurbished* ini. Perusahaan cerdas akan berusaha untuk sepenuhnya mengerti proses pengambilan keyakinan pelanggan, belajar dari pengalaman, melakukan evaluasi, menganalisis, dan berinovasi dalam produknya. Minat beli adalah fase pada proses pembelian di mana konsumen pasti memutuskan untuk membeli produk iPhone.

Penulis meneliti berbagai faktor yang memengaruhi minat pembelian, seperti kepuasan pelanggan, tempat tinggal, preferensi merek, kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kualitas produk, dan harga. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli smartphone iPhone menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, dengan tujuan menghasilkan temuan yang dapat membantu pemasar dan penjual dalam memasarkan smartphone iPhone.

Setiap merek mempunyai karakteristik khusus yang mencirikan produknya dari yang lain. Permintaan akan produk yang meningkat mendorong bisnis untuk bersaing untuk meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan reputasi merek mereka. Citra merek merupakan upaya bagaimana masyarakat atau kelompok menggambarkan suatu perusahaan atau produk. Citra tersebut diciptakan untuk memperkuat kedudukan merek di pikiran konsumen, karena merek yang tangguh adalah kemampuan suatu perusahaan atau produk dalam membentuk persepsi yang konsisten berdasarkan kaitannya dengan konsumen. Semacam perusahaan atau

produk yang mampu menjaga citranya akan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya dan juga memberikan keamanan bagi perusahaan atau produk tersebut.

Secara umum, iPhone mempunyai citra yang dapat menciptakan penggunaanya tampak mewah dan bergengsi. Tetapi, dengan semakin berlimpahnya pesaing dan peningkatan penggunaan iPhone oleh masyarakat, citra dari *smartphone* ini cenderung melemah seiring berjalannya waktu, dan saat ini tidak lagi dianggap sebagai *smartphone* kelas atas. Jika kita membahas tentang kualitas produk, iPhone original memiliki produk yang berkualitas, terbukti dengan para konsumen yang berkarir dalam pekerjaannya yang memakai iPhone untuk membantu mereka dalam memenuhi aktivitasnya, banyak testimoni yang mengatakan bahwa adanya kepuasan yang mereka dapatkan selama menggunakan produk iPhone ini, dimana mereka mengaku bahwa iPhone memiliki baterai yang awet dan juga tampilan dari iPhone sangat memanjakan mata karena *smooth screen* dan juga *casing* dari iPhone yang menggunakan bahan yang berkualitas tinggi. Namun, iPhone juga memiliki kekurangan bagi pengguna yang belum terbiasa dengan produk ini, seperti tidak dapat mentransfer data melalui Bluetooth kepada *smartphone* lain, ketergantungan pada iTunes berbayar, dan ketiadaan opsi penyimpanan memori eksternal. Selain itu, adanya produk *refurbished* dari iPhone juga membuat banyak masyarakat merasa ragu untuk memiliki produk iPhone. Kejadian tersebut disebabkan karena *refurbished* adalah produk yang sudah rusak oleh sebab itu para konsumen banyak yang ragu akan kualitas dari produk iPhone *refurbished* dan sama halnya dengan membeli produk iPhone dengan kualitas *secondhand*.

Menurut konsumen, persepsi harga adalah sebuah faktor utama dalam memutuskan apakah produk tersebut *worth it* untuk dibeli. Meskipun harga produk iPhone sering kali dianggap mahal oleh sebagian besar konsumen jika dibandingkan dengan kompetitornya, namun keunikan iPhone terletak pada sistem operasinya (iOS) yang membedakannya dari produk lain. Harga yang terbilang mahal ini juga tentu mempunyai alasan, menurut CNBC Indonesia, iPhone

memiliki software dan hardware yang dikembangkan secara khusus dimana para penggunanya akan mendapatkan performa terbaik daripada *smartphone* lain, alasan yang kedua adalah biaya riset dan pengembangan yang mahal dimana Apple membutuhkan banyak waktu untuk melakukan penelitian dan pengembangan di setiap tahunnya dan memakan biaya riset yang tidak murah. Pengawasan yang ketat juga menjadi alasan kenapa iPhone menjadi mahal, dikarenakan aplikasi yang akan masuk App Store harus memiliki unggahan awal sekitar 4 sampai 5 penghalang persetujuan aplikasi, hal ini menjadikan aplikasi yang bisa diunduh di App Store merupakan aplikasi yang aman dan tidak memiliki virus dan juga aplikasi tidak bisa didownload melalui web dan hanya bisa mengunduh aplikasi dari App Store yang resmi.

Masalah yang diidentifikasi pada penelitian disini merupakan penurunan harga saham Apple yang disebabkan oleh penurunan penjualan iPhone. Selain itu, citra merek iPhone juga mengalami penurunan karena iPhone tidak lagi dianggap sebagai barang yang mahal. Keberadaan iPhone *refurbished* menjadikan masyarakat mulai meragukan keunggulan iPhone yang ada di pasaran. Harga iPhone tidak setara dengan kualitasnya, yang berdampak pada pengurangan penjualan iPhone. Penurunan minat pembelian iPhone mungkin juga disebabkan oleh ketersediaan produk *refurbished*.

Dalam menganalisis minat beli, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, diantaranya promosi, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan, dan persepsi harga. Fokus penelitian ini dipersempit pada dampak persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat pembelian produk iPhone. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, penyempitan ini didasarkan pada pertimbangan teori dan temuan dari survei yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk iPhone di Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka adapun perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta?
4. Apakah Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berusaha mengetahui apakah Citra Merk berdampak besar terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta.
2. Peneliti ingin mengetahui dampak dari Kualitas Produk terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta.
3. Peneliti ingin mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap minat pembelian produk iPhone di Yogyakarta.
4. Peneliti ingin mengetahui pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap minat beli produk iPhone di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi peneliti adalah untuk menambah ilmu dan pengetahuan bagi peneliti terkait bidang pemasaran, khususnya dalam hal Citra Merk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada produk iPhone di Yogyakarta. Penelitian ini berguna untuk mengembangkan ide yang diperoleh selama kuliah dalam situasi nyata di dunia bisnis.

2. Manfaat untuk masyarakat diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat dimana dengan adanya penelitian ini menjadikan pemahaman akan pentingnya Citra Merek untuk mengetahui Kualitas Produk serta Persepsi Harga terhadap produk iPhone.
3. Manfaat bagi perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan memantau kinerja perusahaan dengan meningkatkan Citra Merek serta meningkatkan Kualitas Produk untuk Minat Beli pada produk iPhone. Peluncuran produk yang baik dan memberikan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk iPhone untuk menjaga kestabilan Minat Beli konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk memastikan bahwa fokus terhadap suatu penelitian tidak luas, maka peneliti membatasi penelitian sebagai berikut:

Waktu Penelitian : Januari 2023-Juni 2023

Tempat Penelitian : Kota Yogyakarta

Profil Responden :

- Gender: Laki-laki/Perempuan
- Usia : 15 tahun-35 tahun
- Domisili: Yogyakarta
- Pernah/sedang menggunakan produk iPhone

Variabel bebas (X) adalah Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga

Variabel terikat (Y) adalah Minat Beli

Jumlah responden: 100 Responden

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Menurut studi dan percakapan tentang bagaimana Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Persepsi Merek mempengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli iPhone di Yogyakarta, penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen di Yogyakarta memiliki minat untuk membeli iPhone pada umumnya laki-laki pada usia 20 tahun – 25 tahun dan dengan latar belakang pekerjaan sebagai pelajar maupun mahasiswa. Kesimpulan tentang pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif pada keinginan untuk membeli karena merek yang memiliki citra yang lebih baik, lebih dapat dipercaya, lebih mudah diingat, dan lebih dianggap oleh beberapa orang. Maka akan semakin meningkatkan Minat Beli.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, artinya semakin memiliki kualitas tampilan yang baik, lebih memiliki kualitas material yang kuat, lebih memiliki fitur layanan yang baik, lebih dapat menjadi produk yang bisa digunakan dalam jangka panjang, dan semakin memiliki kualitas keamanan privasi yang baik. Maka akan semakin meningkatkan Minat Beli.
3. Persepsi Harga juga berpengaruh positif terhadap keinginan untuk membeli, yang berarti harga yang ditawarkan lebih sesuai dengan harapan pelanggan, semakin sesuai harga yang diberikan dengan kualitas produk, semakin sesuai harga yang diberikan dengan manfaat yang dirasakan, semakin mampu bersaing harga dengan produk yang serupa dan sejenis, semakin terjangkau harga yang ditawarkan ke konsumen maka akan semakin meningkatkan Minat Beli terhadap produk iPhone di Yogyakarta.

5.2 Rekomendasi

5.2.1 Untuk Perusahaan

Adapun rekomendasi untuk perusahaan yang terkait adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan penelitian ini, terbukti bahwa minat orang Yogyakarta untuk membeli iPhone dipengaruhi secara signifikan oleh citra merek. Hal ini dikarenakan iPhone mampu memberikan Citra Merek yang baik sehingga konsumen menjadi minat dalam membeli. Diharapkan perusahaan Apple dapat memberikan citra merek bukan hanya pada iPhone tetapi semua produk dari perusahaan Apple.
- b. Berdasarkan penelitian ini, dalam konteks minat beli produk iPhone di Yogyakarta, terbukti bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan. Faktor ini disebabkan oleh kualitas produk yang ditawarkan oleh iPhone, yang mampu membangkitkan minat beli pada konsumen. Diharapkan produk iPhone dapat menjaga kualitas untuk kedepannya agar konsisten dalam penjualan produk iPhone.
- c. Berdasarkan penelitian ini, Di Yogyakarta, minat untuk membeli iPhone dipengaruhi secara signifikan oleh Persepsi Harga. Hal tersebut dikarenakan iPhone menawarkan harga yang sesuai dengan nilai dan kegunaan yang dirasakan konsumen. Diharapkan produk iPhone lebih bisa membuat produk sesuai dengan target pasar pada produk mereka.

5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya

Berikut ini adalah saran untuk peneliti yang akan datang:

- a. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan Minat Beli sebagai variabel dependen yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya. Dengan menggunakan variabel independent antara lain adalah Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga akan memiliki hubungan yang baik dan juga selaras dengan Minat Beli.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut. Peneliti juga berharap agar penelitian lebih lanjut dapat dilakukan tentang masalah pada produk iPhone.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akutansi*, Vol 4 No 2.
- Shahnaz, K. (2022, November 07). *Saingi Samsung, Penjualan iPhone Naik di Kuartal III/2022*. Retrieved from *Bisnis.com*: <https://m.bisnis.com/amp/read/20221107/280/1595578/saingi-samsung-penjualan-iphone-naik-di-kuartal-iii2022>
- Purba, B. L. (2022). Pengaruh Media Promosi Tiktok, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Avoskin Beauty Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Manajemen Bisnis*, Hal 7.
- Kurbegovic, D. (2022, Mei 03). *Apple's iPhone market share climbs by 20% despite a decline in global smartphone sales*. Diambil kembali dari Finbold: <https://finbold.com/apples-iphone-market-share-climbs-by-20-despite-a-decline-in-global-smartphone-sales/>
- Sugiyanto, & Maryanti, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA ESA UNGGUL PENGGUNA IPHONE. *Jurnal Papatung*, Vol. 4 No. 2.
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA ESA UNGGUL PENGGUNA IPHONE. *Jurnal Papatung*, Vol. 4 No. 2.
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA ESA UNGGUL PENGGUNA IPHONE. *Jurnal Papatung*, Vol.4 No.2.
- Wijaya, S. P., & Fitriana, N. (n.d.). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MEREK APPLE PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Jurnal Psikologi*, 5-15.
- Adaming, S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel iPhone (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Ekonomi*, 12-63.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021, Oktober 2). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs

E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal*, *II*, 3-19.

Zannah, D. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone (Studi Kasus Terhadap Generasi Z Kota Surabaya) . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2-14.

Suyoto, I., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Apple Store Kelapa Gading Jakarta. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, *IV*, 2-6.

Cahyani, N. M., & Aksari, N. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Manajemen*, *11*, 1-9.

Nugroho, M. I., Damara, R. D., & Sanjaya, V. F. (2023, Januari). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli iPhone: Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Intan Bandar Lampung. *Journal of Islamic Economics and Banking*, *2*, 1-8.

Devara, S. A., & Rachmawati, I. (2023). Pengaruh E-Wom, Brand Image, dan Price Terhadap Repurchase Intention Pada Iphone. *Journal of Management and Business*, *VI*, 21-32.

