

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE**

*THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE, PERCEIVED
PRICE AND PROMOTION ON IPHONE SMARTPHONE PURCHASE
DECISION*

SKRIPSI



Disusun Oleh:

TEGAR YOGA PRATAMA
20120410143

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE**

***THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE, PERCEIVED
PRICE AND PROMOTION ON IPHONE SMARTPHONE PURCHASE***



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pembimbing

Tanggal: 22 September 2018

Retno Widowati Purnama Asri, M.Si, Ph.D
NIK: 196304071991032001

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE**

***THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE, PERCEIVED
PRICE AND PROMOTION ON IPHONE SMARTPHONE PURCHASE***

DECISION

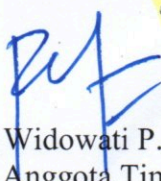
Diajukan Oleh:


TEGAR YOGA PRATAMA

20120410143

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 17 Desember 2018
Yang terdiri dari

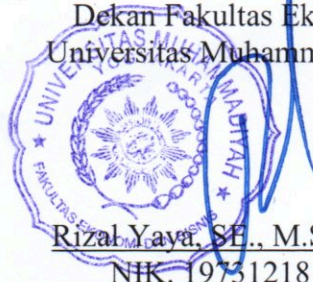
Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.Si
Ketua Tim Penguji


Retno Widowati P.A., M.Si., Ph.D
Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIK. 19751218199904143068

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tegar Yoga Pratama

Nomor Mahasiswa : 2010410143

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Persepsian, *Brand Image*, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Desember 2018



Tegar Yoga Pratama

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini kupersembahkan kepada:

- Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran untukku dalam menyelesaikan tugas akhir.
- Kedua orang tua ; Elman sawiran dan Aprita wahyu ningsih beserta saudara-saudariku; Ozy Kalvin satria, Yulia Wulan Dari. Yang telah memberikan dukungan secara lahir dan batin, sehingga tugas akhir ini dapat saya selesaikan.
- Dosen, Ekonomi Manajemen Universitas Muhamadiyah Yogyakarta beserta staf pengajaran dan karyawan yang sering memberikan masukan, saran dan kritikan kepada saya selama berada di kampus.
- Kepada Teman-teman seperjuangan, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dari teman seangkatan jurusan maupun fakultas hingga universitas semuanya. Dari mulai perkenalan ospek dikampus bahkan perpisahan wisuda kampus.
- Dan terakhir kepada kalian semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Keterlibatan dalam menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini. Sedikit banyaknya, juga merupakan kontribusi dari kalian semua.

MOTTO :

Allah mengangkat beberapa derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan. (Surah Al Mujahadah: 11)

Impikan apa yang berani anda impikan, lakukan apa yang berani anda lakukan, dan jadilah apa yang berani anda inginkan.

(Dr. Walter Doyle Staples)

Berbahagiaalah dia yang makan dari keringatnya sendiri, bersuka karena usahanya sendiri, dan maju karena pengalamannya sendiri.

(Pramoedya Ananta Tour)

Apa yang membuatmu tak nyaman adalah kesempatan terbesarmu untuk tumbuh.

(Bryant McGill)

Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Lakukan yang kau bisa.

(Arthur Ashe)

Tetap jadi diri sendiri di dunia yang tanpa henti hentinya berusaha mengubahmu adalah pencapaian yang terhebat.

(Ralph Waldo Emerson)

Hidup ini ialah sebuah pertualangan dan proses perjuangan. Semakin keras pertempuran semakin indah kemenangan

Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat.

(Imam Syafi'i)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Iphone*”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam menggunakan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, M.Sc., Ak., CA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Retno Widowati P.A., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen dan pembimbing skripsi yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.
3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi

di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 November 2018

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. <i>Grand Theory</i> | 7 |
| B. Keputusan Pembelian | 12 |
| C. Kualitas Persepsian..... | 17 |
| D. Citra Merek..... | 21 |
| E. Persepsi Harga | 26 |
| F. Promosi | 32 |
| G. Penelitian Terdahulu..... | 37 |
| I. Model Penelitian | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 46 |
| A. Obyek dan Subyek Penelitian..... | 46 |
| B. Jenis Data | 46 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 46 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian | 48 |

| | |
|---|-----------|
| F. Uji Validitas | 51 |
| G. Uji Reliabilitas..... | 51 |
| H. Uji Hipotesis dan Analisis Data | 51 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 54 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 54 |
| B. Deskripsi Karakteristik Responden | 55 |
| C. Uji Kualitas Instrumen | 60 |
| D. Analisis Statistik Deskriptif..... | 67 |
| E. Analisis Data dan Uji Hipotesis | 72 |
| F. Pembahasan..... | 78 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 83 |
| A. Kesimpulan..... | 83 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 84 |
| C. Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 89 |
| Lampiran 2. Hasil Uji Kualitas Instrumen | 94 |
| Lampiran 3. Karakteristik Responden..... | 104 |
| Lampiran 4. Analisis Statistik Deskriptif..... | 106 |
| Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik | 108 |
| Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 110 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 3.1 Kategori Skor | 48 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian..... | 49 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 56 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku | 57 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas | 58 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memiliki iPhone..... | 59 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Persepsian | 60 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Citara Merek..... | 60 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga..... | 61 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi | 62 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 62 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> | 63 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek | 65 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga..... | 65 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi | 66 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 66 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas 138 Data | 67 |
| Tabel 4.18 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Persepsian | 68 |
| Tabel 4. 19 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek..... | 69 |
| Tabel 4.20 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga | 70 |
| Tabel 4.21 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Promosi | 71 |
| Tabel 4.22 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 71 |
| Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Koefisien Regresi | 73 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji F..... | 75 |
| Tabel 4.25 Hasil Koefisien Determinasi | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 45 |
|-----------------------------------|----|