

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
HANDPHONE MEREK ZENFONE ASUS**

**(Studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang Membeli  
Handphone Zenfone ASUS)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT INOVATION, BRAND IMAGE, AND  
PRICE PERCEPTION TOWARD THE DECISION OF PURCHASING  
PRODUCT HANDPHONE OF ZENFONE ASUS BRAND***

***(Study at University of Muhammadiyah Yogyakarta The Decision of  
Purchasing Handphone Zenfone ASUS )***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**FATKHUROHMAN**

**20130410456**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fatkhurohman

NIM : 20130410456

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE MEREK ZENFONE ASUS (Studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Yang Membeli Handphone Zenfone ASUS)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 04 April 2017

Fatkhurohman

## **MOTTO**

**SATU-SATUNYA CARA MELAKUKAN SEBUAH PEKERJAAN YANG  
LUAR BIASA ADALAH DENGAN MENCINTAI APA YANG SAAT INI  
TENGAH ANDA KERJAKAN**

**(STEVE JOBS)**

**KESABARAN ADALAH OBAT TERBAIK DARI SEGALA KESULITAN**

## **PERSEMBAHAN**

Ahamdulillah Hirabbil ‘Alamiin..

Puji syukur atas rahmat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam dimana saya diberikan kemampuan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan dengan penuh bahagia untuk kedua orang tua saya, yang sangat saya sayangi yakni Ibu Siti Rohyani dan Bapak Mustolih yang sudah mendoakan saya hingga terselesaikannya skripsi ini. Saya juga harus memberikan ucapan rasa terimakasih kepada Almamaterku tercinta, Universitas Muhamadiyah Yogyakarta dan orang yang terkait didalamnya yang sudah memberikan pengalaman serta pelajaran dan memberikan wawasan yang berharga selama hampir empat tahun.

Sekali lagi, saya harus mengucapkan terima kasih banyak kepada teman yang telah membantu skripsi saya, Denido Mubsir, Bayu Anugerah Putera, Sri Hesti Wulandari, Rahmad Wardani, May candra, Yoga dan Reza Budi Cahyono yang sudah ikhlas membantu saya dalam mengejar gelar sarjana ini. Terimakasih banyak saya ucapkan!

Teman-teman kuliah, member kelas K, KKN, (Alm. Ivan Adi Saputra) dan semua kenangan selama empat tahun ini dan semuanya yang sudah terlibat dalam perjuangan saya selama kuliah di UMY. Matur thanks you

Terimakasih untuk Kota Yogyakarta, kota penuh tradisi , dengan sejuta kenangan pahit dan manis yang selalu saya ingat. Saya tumbuh menjadi seseorang yang berpikir semakin dewasa karena jauh dari keluarga. Mencoba mengatasi masalah sendiri, dan menemukan rasanya penuh dengan kekurangan. Aku pasti akan selalu mengenangmu dan biarkan aku berkata “BIARKAN AKU UNTUK KEMBALI LAGI SUATU SAAT NANTI”.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Inovasi Produk .....	7
2. Citra Merek .....	9
3. Persepsi Harga.....	10

4. Keputusan Pembelian.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Hipotesis .....	22
D. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	26
B. Jenis Data.....	26
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	27
D. Metode Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	28
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	30
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	37
B. Subyek Penelitian.....	38
C. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	44
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	47
E. Pembahasan (Interpretasi).....	57
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN</b>	
<b>PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Simpulan .....	60
B. Saran .....	60
C. Keterbatasan Penelitian.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

1.1	Penjualan Handphone.....	3
3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas.....	40
4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	43
4.5	Uji Validitas.....	45
4.6	Uji Reliabilitas.....	46
4.7	Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
4.8	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
4.9	Hasil Uji Normalitas.....	50
4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.11	Hasil Uji Statistik F.....	53
4.12	Hasil Uji t.....	54
4.13	Hasil R Square.....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

1. 1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	14
2.1 Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	25