

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN iPhone**

DI DKI JAKARTA

Oleh:

Nama: Delva

NIM: 76200301

Skripsi

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN iPhone

DI DKI JAKARTA

Diajukan Oleh:

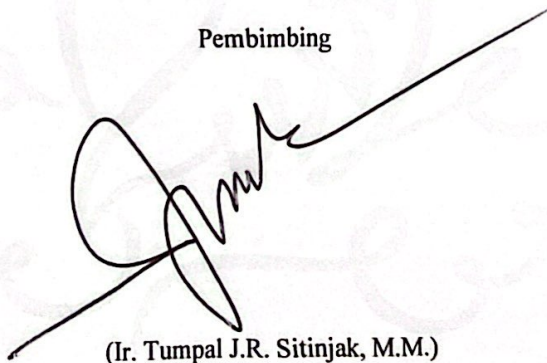
Nama: Delva

NIM: 76200301

Jakarta, 21 Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Delva/ 76200301/ Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone di DKI Jakarta/ Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Berkembangnya teknologi yang pesat di dunia saat ini dan diikuti oleh konsumen yang semakin cerdas pula, membuat banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk memengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Persaingan di industri yang semakin ketat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi yaitu terjadi pada persaingan dalam pasar gawai atau *smartphone*. Salah satu merek gawai terkenal di pasar Indonesia adalah Apple. Inc yang diperkenalkan pada tahun 2007. Pendapatan yang diperoleh Apple dari penjualan iPhone sering mengalami peningkatan setelah meluncurkan seri terbaru. Tentu saja, hal ini tidak dapat dilepaskan dari produk dan citra merek yang telah diperkenalkan oleh Apple Inc. kepada konsumennya. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih dalam pada suatu penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone di DKI Jakarta”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada judul topik yaitu berkaitan dengan kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Penelitian ini mencakup dua variabel yakni variabel bebas dan variabel terikat. Kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) dimaknai sebagai variabel bebas, sementara itu keputusan pembelian (Y) dimaknai sebagai variabel terikat. Maka dari itu, tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Objek penelitian ini adalah iPhone, sampel penelitian diambil dari 155 responden yang diantaranya 30 pra responden dan 125 *real* responden yang pernah menggunakan gawai dari Apple Inc. yaitu iPhone di DKI Jakarta. Penelitian ini mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner melalui Google Form yang memuat pernyataan terkait dengan variabel yang diteliti. Uji hipotesis diadakan secara kuantitatif. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, metode analisis regresi linier ganda menggunakan uji F dan uji t. Data diolah menggunakan IBM SPSS 26.

Dari hasil yang diolah menunjukkan bahwa pada uji asumsi klasik memenuhi syarat normalitas dan residu berdistribusi normal, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dan tidak ada gejala multikolinieritas. Hasil penelitian membuktikan responden setuju bahwa kualitas produk dan citra merek iPhone di DKI Jakarta baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa citra merek terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulannya citra merek terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kedepannya iPhone harus mempertahankan kualitas produk dari segi daya tahan penggunaan gawai iPhone dan mempertahankan citra merek pada iPhone sebagai produk yang menggambarkan simbol status, keunggulan teknologi, dan kreativitas guna meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Delva / 76200301 / The Effect of Product Quality and Brand Image on iPhone Purchasing Decisions in DKI Jakarta / Advisor: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

The fast development of technology in today's world and followed by consumers who are getting smarter too, makes it difficult for many companies to influence consumer purchasing decisions. Competition in the industry that is getting tighter in the field of information and communication technology is happening in the competition in the gadget or smartphone market. One of the well-known gadget brands in the Indonesian market is Apple. Inc which was introduced in 2007. The revenue earned by Apple from iPhone sales often increases after launching the latest series. Of course, this cannot be separated from the products and brand image that Apple Inc. has introduced to its consumers. Therefore, researchers feel interested in digging deeper in a study entitled "The Effect of Product Quality and Brand Image on iPhone Purchasing Decisions in DKI Jakarta".

The theory used in this study is based on the topic title, which is related to product quality, brand image, and purchasing decisions. This study includes two variables, namely the independent variable and the dependent variable. Product quality (X1) and brand image (X2) are interpreted as independent variables, while purchasing decisions (Y) are interpreted as dependent variables. Therefore, the purpose of this study is intended to determine whether or not there is an effect of the relationship between the big variable and the dependent variable.

The object of this research is iPhone, the research sample was taken from 155 respondents, including 30 pre-respondents and 125 real respondents who have used devices from Apple Inc. namely iPhone in DKI Jakarta. This study collects data through distributing questionnaires via Google Form which contains statements related to the variables under study. Hypothesis testing was conducted quantitatively. Instrument testing uses validity and reliability tests, multiple linear regression analysis methods using the F test and t test. Data is processed using IBM SPSS 26.

From the processed results, it shows that the classical assumption test meets the normality requirements and the residues are normally distributed, there are no symptoms of heteroscedasticity, and there are no symptoms of multicollinearity. The results of the study prove that respondents agree that the product quality and brand image of the iPhone in DKI Jakarta City are quite good. This study found that brand image is proven to have a positive influence on purchasing decisions. Meanwhile, product quality is not proven to have a positive influence on purchasing decisions.

The conclusion is that brand image is proven to have a positive influence on purchasing decisions. Meanwhile, product quality is not proven to have a positive influence on purchasing decisions. In the future, iPhone must maintain product quality in terms of the durability of the use of iPhone devices and maintain a brand image on the iPhone as a product that illustrates status symbols, technological excellence, and creativity in order to increase purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji dan syukur diucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya, dan atas izin nya dapat terselesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga selalu mendapatkan syafaatnya di hari akhir, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian iPhone di DKI Jakarta”. Skripsi ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan *support* dengan baik. Maka dari itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin memberikan rasa ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang terlibat diantaranya sebagai berikut:

1. Dosen pembimbing Bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. yang telah membantu dan mengarahkan peneliti selama melakukan penyusunan laporan serta memberikan bimbingan tentang prosedur penelitian skripsi.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si. selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan penjelasan tentang pedoman pembuatan skripsi.
3. Seluruh dosen pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang sudah membimbing dan mengajar selama masa perkuliahan sehingga peneliti banyak mendapat pengetahuan baru yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi.
4. Untuk kedua orang tua yang paling peneliti cintai, Bapak Jasmany dan Mama Darningsih, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup peneliti. Terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan, dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga



peneliti merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh peneliti, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah peneliti hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi peneliti.

5. Untuk kakak peneliti, Desy Setianingsih dan kedua adik peneliti, Dimas dan Diana Najiha Salsabilla. Terima kasih atas segala doa, usaha, dan *support* yang telah diberikan serta sudah menjadi *moodbooster* selama peneliti menyusun skripsi ini.
6. Seluruh teman dan kerabat Rohis Al-Ashri yang telah memberi banyak dukungan, wawasan, ilmu, dan pengalaman yang tidak akan pernah terlupakan oleh peneliti.
7. Teman peneliti sejak duduk di bangku SMA Milyader Moeda, dengan adanya kalian yang selalu *supportive* menjadikan diri peneliti selalu bersemangat dalam menyusun skripsi.
8. Teman peneliti selama awal hingga akhir perkuliahan, Nabila Auliya Ramadhani, Najmunnisa Savina, dan Tarsicia Tanya Tesselonica yang telah menjadi teman yang *support* bagi satu sama lain hingga kami berhasil menyusun skripsi dalam waktu yang tepat.
9. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini menjadi pencapaian yang patut dibanggakan oleh diri sendiri.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak maka skripsi ini telah terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Apabila jika memang ada kritik dan saran untuk penelitian ini, peneliti berharap bisa mendapatkan masukan guna mendapat pembelajaran yang lebih baik untuk kedepannya. Mohon maaf apabila ada salah kata dalam penelitian ini. Terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 12 Februari 2024

Delva

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Tujuan Penelitian	7
1.7 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teoritis.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Desain Penelitian	28
3.3 Variabel Penelitian.....	31
3.4 Teknik <i>Sampling</i>	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Analisis Deskriptif	47
4.3 Hasil Penelitian	53

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.4	Pembahasan	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....		60
LAMPIRAN		64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo Apple Inc	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Apple dari Iphone Kuartal I/2019 - Kuartal III/2023	2
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Gawai secara Global berdasar pada Merek Gawai Tahun 2023	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	24
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	24
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4	24
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Citra Merek	33
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	33
Tabel 3.4 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	48
Tabel 4.2 Skor Rata-Rata Kualitas Produk	49
Tabel 4.3 Skor Rata-Rata Citra Merek	51
Tabel 4.4 Skor Rata-Rata Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Kesesuaian Model	55
Tabel 4. 7 Hasil Koefisiensi Regresi Parsial	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 3 Data Responden Kuesioner	69
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data	73