

ABSTRACT

This research aims to obtain empirical evidence about the magnitude of influence between product quality, product pricing, as well as the iPhone product brand image partially against the interests of consumers, as well as the size of the buy influence between product quality, product pricing, as well as the iPhone product brand image simultaneously against the interest of the consumer to buy.

Research is done by a quantitative approach to the research methods, survey research, which took samples from a population and use kuisioner as the primary means of collecting the data.

Data used in this study is entirely primary data obtained by charging kuisioner.

Samples in this study are those (either male or female) who has a fascination with the iPhone and products or high-tech gadgets at Maranatha Christian University students and the area around the campus of Maranatha Christian University that is as much as 100 respondents with withdrawal methods are accidental sampling sample processed by using method; descriptive as well as multiple linear regression analysis. Test the hypothesis test is t and f .

Test results showed that a simultaneous product quality, prices, and brand image that influence signifan against any interest of iPhone products i.e. buy 61,1%, while the rest is 38,9% explained by other factors which are not examined. Whereas the results of research partially indicate that the variables that have the most significant influence on strong buying interest against/on the brand image of 35,28 variable% with $\alpha = 5\%$, while the influence of the smallest/low against an interest in buying quality products of variable 13,32% with $\alpha = 5\%$.

based on the results of research that has been done by researchers, it looks that the simultaneous product quality, price, and product brand image has a significant influence on consumer buying interest to purchase the iPhone. Liability company should therefore need to increase more interest in buying consumers through quality, brand image, and followed with a price that matches the quality of the products offered.

Keywords : Product Quality, Product Pricing, Product Brand Image, Interests to Buy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empirik tentang besarnya pengaruh antara kualitas produk, harga produk, serta citra merek produk iPhone secara parsial terhadap minat beli konsumen, serta besarnya pengaruh antara kualitas produk, harga produk, serta citra merek produk iPhone secara simultan terhadap minat beli konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang utama.

Data yang digunakan dalam penelitian ini keseluruhannya merupakan data primer yang diperoleh melalui pengisian kuisioner.

Sampel dalam penelitian ini adalah mereka (baik laki-laki atau perempuan) yang memiliki ketertarikan dengan produk-produk iPhone dan atau gadget yang berteknologi tinggi di lingkungan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dan wilayah sekitar kampus Universitas Kristen Maranatha yaitu sebanyak 100 orang responden dengan metode penarikan sample secara *accidental sampling* ; diolah dengan menggunakan metode *deskriptif* serta analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji *t* dan uji *F*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan citra merek pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk iPhone yaitu sebesar 61,1%, sedangkan sisanya 38,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sedangkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh yang paling signifikan/ kuat terhadap minat beli ada pada variabel citra merek sebesar 35,28% dengan $\alpha = 5\%$, sedangkan pengaruh yang terkecil/ rendah terhadap minat beli berada pada variabel kualitas produk sebesar 13,32% dengan $\alpha = 5\%$.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terlihat bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan citra merek produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen untuk membeli produk iPhone. Oleh karena itu perusahaan sebaiknya perlu meningkatkan lagi minat beli konsumen melalui kualitas, citra merek, serta diikuti dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Kata-kata kunci : Kualitas Produk, Harga Produk, Citra Merek Produk, Minat Beli.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3kegunaan Penelitian.....	6
1.4 Maksud dan Tujuan penelitian Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS, DAN HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.3 Harga.....	17
2.1.3.1 Strategi Penetapan Harga.....	18
2.1.3.2 Instrumen Pembayaran dalam Penetapan Harga	22
2.1.4 Citra Merek	24

2.1.4.1 Manfaat Citra Merek	28
2.1.4.2 Sub Variabel Citra Merek.....	29
2.1.4.3 Strategi Citra Merek Yan Kuat.....	30
2.2 Rerangka Pemikiran.....	31
2.2.1 Skema Rerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis	37
2.4 Hubungan Antar Variabel	37
2.4.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli.....	37
2.4.2 Hubungan Harga Dengan Minat Beli.....	38
2.4.3 Hubungan Citra Merek Dengan Minat Beli.....	39
 BAB III METODE PENELITIAN	 40
3.1 Operasional Variabel	40
3.1.1 Operasional Variabel Kualitas Produk iPhone (X1).....	40
3.1.2 Operasional Variabel Harga Produk iPhone (X2)	42
3.1.3 Operasional Variabel Citra Merek Produk iPhone (X3).....	45
3.1.4 Operasional Variabel Minat Beli (Y).....	49
3.2 Populasi.....	54
3.3 Sample.....	55
3.4 Teknik Sampling.....	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.6 Metode Analisis Data.....	58
A. Analisis Deskriptif	58
B. Analisis Regresi.....	59
3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	60
A. Uji Validitas	60
B. Uji Reliabilitas.....	60
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9 Uji Multikolineritas.....	61
3.10 Uji Heteroskedastisitas	61
3.11 Pengujian Hipotesis.....	62

A. Uji t	62
B. Uji Koefisien Determinasi	63
C. Uji F	64
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.1.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	66
4.1.1.1 Uji Validitas	66
4.1.1.2 Uji Reliabilitas	69
4.2 Analisis Deskriptif	70
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk iPhone..	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk iPhone	72
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek Produk iPhone	75
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Produk iPhone	79
4.3 Analisis Regresi Berganda	84
4.3.1 Pengujian Multikolinieritas	84
4.3.2 Pengujian Heteroskedastisitas	85
4.3.3 Pengujian Normalitas	86
4.4 Hubungan Kualitas, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk iPhone	87
4.5 Kontribusi Kualitas, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk iPhone	88
4.6 Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk iPhone	90
4.7 Pengujian Hipotesis	90
4.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	90
4.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<u>Gambar 1 Skema Rerangka Pemikiran</u>	35
<u>Gambar 2 Grafik <i>Scettrplot</i> Variabel Dependen.....</u>	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
<u>Tabel 1.1 Target Penjualan iPhone</u>	3
<u>Tabel 3.1 Operasional Variabel X1.....</u>	40
<u>Tabel 3.2 Operasional Variabel X2.....</u>	42
<u>Tabel 3.3 Operasional Variabel X3.....</u>	45
<u>Tabel 3.4 Operasional Variabel Y.....</u>	49
<u>Tabel 4.1 Validasi Variabel Kualitas Produk</u>	66
<u>Tabel 4.2 Validasi Variabel Harga.....</u>	67
<u>Tabel 4.3 Validasi Variabel Citra Merek.....</u>	67
<u>Tabel 4.4 Validasi Variabel Minat Beli</u>	68
<u>Tabel 4.5 Nilai Reliabilitas</u>	69
<u>Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk iPhone (X₁)..</u>	70
<u>Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga Produk iPhone (X₂).....</u>	72
<u>Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel citra Produk iPhone (X₃).....</u>	75
<u>Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel minat beli Produk iPhone (Y).</u>	79
<u>Tabel 4.10 Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas Pada Model Penelitian</u>	84
<u>Tabel 4.12 Korelasi antara kualitas, harga, dan citra terhadap minat beli produk iPhone</u>	87
<u>Tabel 4.13 Koefisien Regresi Kualitas, Harga, dan Citra Terhadap Minat Beli Produk iPhone</u>	89
<u>Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....</u>	90
<u>Tabel 4.15 Pengujian Secara Simultan kualitas, harga, dan citra terhadap minat beli produk iPhone</u>	91
<u>Tabel 4.16 Hasil Uji-t Variabel kualitas, harga, dan citra terhadap minat beli produk iPhone</u>	93