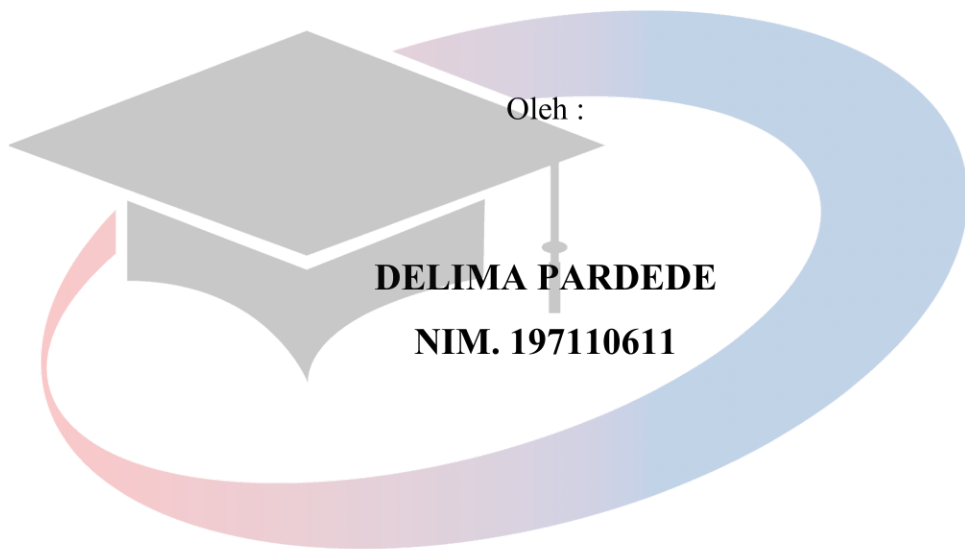


**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK IPHONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2023**

**THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, PRODUCT  
QUALITY, AND PROMOTION TOWARD COSTUMER  
DECISION TO BUY IPHONE PRODUCT (CASES ON BUSINESS  
FACULTY STUDENTS AT MIKROSKIL UNIVERSITY)**

**FINAL RESEARCH**

By:

**DELIMA PARDEDE**  
**Student Number: 197110611**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF BUSINESS**

**MIKROSKIL UNIVERSITY**

**MEDAN**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK IPHONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**DELIMA PARDEDE**

**NIM. 197110611**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.)

Medan, 4 Agustus 2023  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi  
Manajemen,



(Suci Pertiwi, S.E., M.Si.)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 197110611  
Nama : Delima Pardede

Saya telah melaksanakan Penelitian Dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa tekanan dari pihak manapun.

Medan, 4 Agustus 2023  
Saya yang membuat pernyataan,



(Delima Pardede)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian iPhone (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil), baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil angkatan 2019 sampai 2021 yang pernah atau masih menggunakan produk iPhone dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Teknik Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* melalui teknik *judgemental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 82,9% dan sisanya 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This research aims to acknowledge and analyze the influence of Price, Brand Image, Product Quality, and Promotion toward Costumer Decision to buy iphone product (cases on business faculty students at mikroskil university). The type used in this research is quantitative. The population of this research is Mikroskil University Student courses in 2019 to 2021 with unknown total population. The sampling method used non-probability sampling through judgemental sampling technique with total samples of 96 respondents. Data analysis method used to answer hypothesis is linear regression analysis. The coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ) is obtained at 82,9% and the remaining 17,1% is influenced by other factors not examined in this study. Based on the results of testing the hypothesis in this study shows that simultaneously Price, Brand Image, Product Quality, and Promotion influence positively and significantly on the costumer decision. Partially Price, Brand Image, and Product Quality, have a positive and significant impacts on costumer decision. While promotion has no influence on customer decision.*

**Keywords:** *Price, Brand Image, Product Quality, Promotion, Customer Decision*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si., selaku Pendamping Pembimbing dan Dosen Wali yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerjasamanya.
8. Orang tua penulis, Bapak Haposan Pardede dan Ibu E.Situmorang yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga kepada penulis.

9. Saudara penulis, Duta Pardede, Jelita Pardede, dan Hasian Pardede yang selalu memberikan doa dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan penulis Adinda Gusmita Z Nur, Catherine B, Nita Veronika Silitonga, Key Cellowan, dan Cindy Claudia serta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2019-2023 yang telah memberikan motivasi dan semangat.
11. Sahabat-sahabat penulis Imelda Dwi Putri Nainggolan dan Yohanna Simanjuntak yang telah memberikan doa, masukan, dan motivasi kepada penulis.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan, 24 Mei 2023

Penulis,

Delima Pardede



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Originalitas .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Citra Merek .....	22
2.1.5 Kualitas Produk.....	25
2.1.6 Promosi .....	28
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Konseptual .....	36
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone .....	37
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone	

2.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone	38
2.4.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone....	38
2.4.5	Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone .....	39
<b>Bab III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	41
3.2	Objek Penelitian .....	41
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	41
3.3.1	Penelitian Lapangan ( <i>Field Research</i> ) .....	41
3.3.2	Studi Kepustakaan.....	43
3.4	Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	44
3.6	Metode Analisis Data .....	46
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	46
3.6.2	Pengujian Kualitas Data .....	46
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik .....	47
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3.6.5	Uji Hipotesis .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	54
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	54
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	55
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data .....	59
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	62
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis .....	70
4.2	Pembahasan .....	72

4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	73
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.2.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.2.5	Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	64
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	66



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Pemasaran dan Penjualan .....	7
Tabel 2. 2 Review Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	54
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	55
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi .....	56
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov Test.....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Park.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	69
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	70
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Statistik .....	105
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	107
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	118
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	121
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	121
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	122
Lampiran 9 Tabel Distribusi .....	122



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL