

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
MINAT PEMBELIAN IPHONE MELALUI *BRAND
IMAGE* DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
GEDE SATRIA ADI SARDA
NIM 2117041073**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

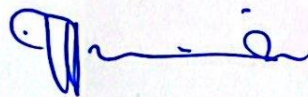
Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Skripsi ini dibuat oleh Gede Satria Adi Sarda
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal: 4 Juni 2025

Dewan Penguji,



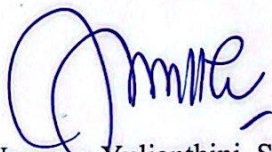
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Pada

Hari : Rabu
Tanggal : 4 Juni 2025

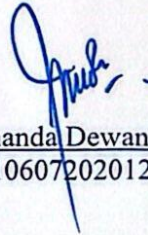
Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Minat Pembelian Iphone Melalui *Brand Image* di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Gede Satria Adi Sarda

NIM. 2117041073

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Minat Pembelian Iphone Melalui *Brand Image* di Kota Singaraja”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.
- (4) Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (5) Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan solusi ketika penulis mengalami masalah dalam kegiatan perkuliahan, serta dengan segala ketulusan dan kesungguhan hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan dan motivasi selama penyelesaian skripsi ini.
- (6) Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberi bimbingan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
- (7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (8) Bapak dan Ibu Pembimbing Kemahasiswaan HMJ Manajemen Undiksha yang senantiasa membimbing, mendampingi, serta memberikan arahan selama penulis mengemban tanggung jawab sebagai Ketua HMJ Manajemen Undiksha.

- (9) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang nilai perkuliahan.
- (10) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
- (11) Kepada Ayah dan Ibu tercinta, I Made Sarda dan Alm. Komang Sutarmi, kakak-kakak Ni Luh Desy Natalia Sarda, Luh Juliatni Sarda, dan Made Dani Sarda, serta keluarga besar tersayang yang selalu menjadi garda terdepan dalam mendukung penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini baik secara materil ataupun moral.
- (12) Kepada seluruh teman dan sahabat saya selama masa perkuliahan, terutama dari IKI Manajemen Angkatan 2021, tim WMK CoffeeIn, semeton Gang Jelantik Banyuning, rekan-rekan seperjuangan di HMJ Manajemen Undiksha Masa Bhakti 2022/2023 dan 2023/2024, serta rekan-rekan dari GenBI Komisariat Undiksha yang telah memberikan pengalaman, kenangan, pembelajaran, dan selalu menemani disaat suka maupun duka.
- (13) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca.

Singaraja, 30 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Deskripsi Teoritis.....	9
2.2 Kajian Empiris	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.4 Kerangka Berpikir.....	21
2.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Rancangan Penelitian.....	24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	25
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Data	35
4.2 Analisis Jalur	43
4.3 Pengujian Hipotesis	44
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.5 Implikasi	58
 BAB V PENUTUP	 62
5.1 Rangkuman	62
5.2 Kesimpulan	63
5.3 Saran	64
 DAFTAR RUJUKAN	 67
DAFTAR LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Pemberian Skor Jawaban Kuesioner	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Kuesioner	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	37
Tabel 4.5 Kriteria Skor Variabel Penelitian	38
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Kelompok Referensi (X_1).....	40
Tabel 4.8 Hasil Penelitian <i>Brand Image</i> (X_2).....	41
Tabel 4.9 Hasil Penelitian Minat Pembelian (Y).....	42
Tabel 4.10 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Jalur Pengaruh Kelompok Referensi (X_1) Terhadap Minat Pembelian (Y) Melalui <i>Brand</i> <i>Image</i> (X_2).....	43
Tabel 4.11 Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Urutan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Dunia.....	3
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Iphone di Indonesia	3
Gambar 2.1 <i>Response Hierarchy Models</i>	10
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Kelompok Referensi terhadap Minat Pembelian Iphone Melalui <i>Brand Image</i> di Kota Singaraja.....	22
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur.....	31
Gambar 4.1 Struktur Pengaruh Kelompok Referensi (X_1) Terhadap Minat Pembelian (Y) Melalui <i>Brand Image</i> (X_2)	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Observasi Awal Minat Pembelian	69
Lampiran 02. Observasi Awal Kelompok Referensi.....	70
Lampiran 03. Observasi Awal <i>Brand Image</i>	71
Lampiran 04. Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 05. Data Responden Sampel Kecil.....	76
Lampiran 06. Data Hasil Kuesioner Kelompok Referensi Sampel Kecil	77
Lampiran 07. Data Hasil Kuesioner <i>Brand Image</i> Sampel Kecil	78
Lampiran 08. Data Hasil Kuesioner Minat Pembelian Sampel Kecil.....	79
Lampiran 09. Data Responden Sampel Penelitian	80
Lampiran 10. Data Hasil Kuesioner Kelompok Referensi Sampel Penelitian ..	81
Lampiran 11. Data Hasil Kuesioner <i>Brand Image</i> Sampel Penelitian	83
Lampiran 12. Data Hasil Kuesioner Minat Pembelian Sampel Penelitian.....	85
Lampiran 13. Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	87
Lampiran 14. Hasil Uji Deskripsi Data	89
Lampiran 15. Hasil <i>Output</i> Uji Analisis Jalur.....	90
Lampiran 16. Nilai <i>r Product Moment</i>	91
Lampiran 17. Titik Persentase Distribusi t.....	92