

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK IPHONE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2025**

SKRIPSI

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



Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192007032010

Skripsi oleh Sang Nyoman Danuarta
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal.....

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



Made Puri Ariasari, S.Si., M.M.
NIP. 199112192027032010

(Anggota)



Dr. Komang Krisna Heriyanto, S.E., M.M.
NIP. 198309212013040001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Juli 2025



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone” 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 risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 29 April 2025

Yang membuat pernyataan,



Sang Nyoman Danuarta

MOTTO

*“Saat Lelah, ingat alasan kenapa
kamu memulai”*



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugrah dan karunia yang telah diberikan, sehingga skripsi ini yang saya buat dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada dosen pembimbing Ibu selaku pembimbing Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M dan Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan, dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Kepada Orang Tua tercinta Sang Made Sujana dan Ni Wayan Yuli Rasini yang telah memberikan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak akan pernah bisa tergantikan.

Kepada kakak saya Sang Made Bayu Artha Wijana dan adik saya Sang Ayu Ketut Alina Putri yang tiada hentinya memberikan semangat dan dorongan moral serta doa-doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini serta selalu ada disaat saya dalam kondisi senang dan sedih

Kepada teman-teman saya yang telah dengan setia mendengarkan keluh kesah serta selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

-Terima Kasih-

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatnya lah, penulis dapat Menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek iPhone”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam 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. Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini
6. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan

9. Kepada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua Orang Tua (Sang Made Sujana dan Wayan Yuli Rasini), saudara (Sang Made Bayu Artha Wijana dan Sang Ayu Ketut Alina Putri) yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk sahabat penulis yaitu Desak Putu Dela Tantika, Gede Dedy Prasetya, Kadek Ariana, Ida Bagus Putu Indra Pratama, Gede Wira Adi Ananta, Made Agum Beratha, Komang Ngurah Yasana, I.G.N.A Bagus Bimantara, Ni Komang Putri Juliawati, Komang Sueni, Ni Wayan Sukma Wiantari yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan berbagi pengalaman semasa kuliah. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya yang sangat berarti.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 22 Februari 2025

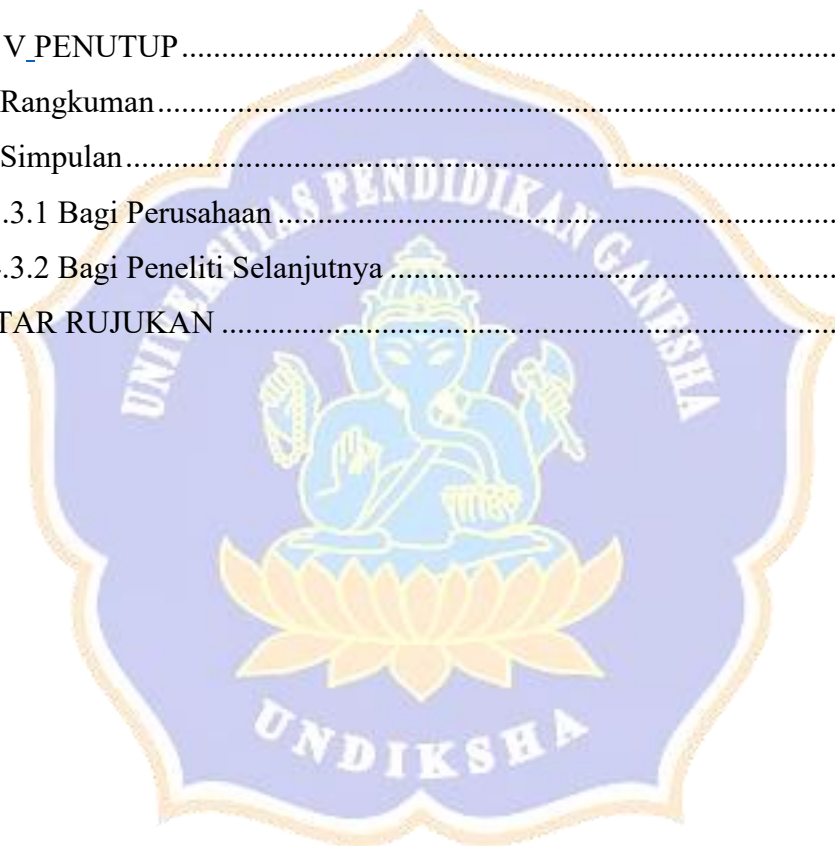
Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
2.1 Deskripsi Teoritis	15
2.1.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Citra Merek	21
2.1.3 Kesadaran Merek.....	24
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.3 Hubungan Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4 Kerangka Berpikir	35
2.5 Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.2	Rancangan Penelitian	38
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	41
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	42
3.6.1	Metode Pengumpulan Data	42
3.6.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	44
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	47
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	47
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.8	Rencana Pengujian Hipotesis	50
3.8.1	Uji t (Secara Parsial)	50
3.7.2	Uji F (Secara Simultan).....	51
3.8.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Data	54
4.1.1	Gambaran Umum Responden	54
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden	54
4.1.3	Deskripsi Data Citra Merek.....	61
4.1.4	Deskripsi Data Citra Merek.....	63
4.1.5	Deskripsi Data Keputusan Pembelian	65
4.2	Uji Asumsi Klasik	68
4.2.1	Uji Normalitas	68
4.2.2	Uji Multikolinearitas	69
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	69
4.3	Uji Hipotesis	71
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.3.2	Uji Parsial (Uji t)	72
4.3.3	Uji Simultan (Uji F)	73
4.4	Uji Koefisien Determinasi.....	74

4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.5.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> iPhone di Kota Singaraja	75
4.5.2	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> iPhone di Kota Singaraja	79
4.5.3	Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> iPhone di Kota Singaraja	83
4.6	Keterbatasan Penelitian	86
BAB V PENUTUP		89
5.1	Rangkuman.....	89
5.2	Simpulan.....	90
5.3.1	Bagi Perusahaan	91
5.3.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	92
DAFTAR RUJUKAN		94



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Smartphone.....	2
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	28
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4. 5 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	54
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Penelitian Citra Merek (X1)	57
Tabel 4. 8 Hasil Penelitian Kesadaran Merek (X2)	59
Tabel 4. 9 Hasil Penelitian Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Smartphone di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Grafik Google Trend iPhone 2024.....	5
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Smartphone di Kota Singaraja.....	6
Gambar 2.1 Model Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.3 Uji Scatterplot.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Data Penjualan <i>Smartphone</i> di Toko Badilan Singaraja	100
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 3. Data Responden.....	104
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden	108
Lampiran 5. Hasil Uji SPSS.....	110
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	114
Lampiran 7. Pernyataan Keaslian Tulisan	115

