

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE IPHONE

SKRIPSI



**OLEH:
MADE YUDI TANARA
2217041014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

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. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Skripsi oleh Made Yudi Tanara ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 30 Juni 2026

Dewan Penguji

Ketua	Ni Putu Suciyawati, S.Pd., M.M. NIP.199905092024062001
Anggota	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SURAT PERNYATAAN

Saya dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli *Smartphone iPhone*” adalah karya asli saya dan sepenuhnya milik saya. Saya menegaskan bahwa saya tidak melakukan plagiarisme atau mengutip dari sumber lain dengan cara yang melanggar norma etika yang berlaku di dunia akademik. Sehubungan dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi atau konsekuensi yang dikenakan jika di masa depan ditemukan pelanggaran etika ilmiah dalam karya ini atau jika pihak lain mengajukan klaim mengenai keaslian karya saya.

Singaraja, 6 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Made Yudi Tanara

NIM. 2217041014

MOTTO

”The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams”

“Masa depan adalah milik mereka yang percaya pada keindahan impian mereka”
(Eleanor Roosevelt)



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand image* dan *Product knowledge* Terhadap Minat Beli *Smartphone* 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., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dalam proses perkuliahan penulis serta selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta seluruh staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan.
8. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan data dan pengisian kuisioner dalam penelitian ini.

9. Kepada keluarga tercinta, Bapak Nyoman Witarsa, Ibu Nyoman Sulastri, Kakak laki-laki penulis Gede Ferdian Tanara dan Nyoman Fenanda Tanara Yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan dukungan material di dalam penulisan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh mahasiswa prodi S1 Manajemen angkatan 2022 yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih penulis ucapkan atas dukungan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini



DAFTAR ISI

Halaman

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.1 Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Deskripsi Teoretis.....	12
2.1.1 Minat Beli.....	12
2.1.2 <i>Brand image</i>	14
2.1.3 <i>Product knowledge</i>	16
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	18
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	22
2.3.1 Hubungan <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli.....	22
2.3.2 Hubungan <i>Product knowledge</i> Terhadap Minat Beli	23
2.3.3 Hubungan <i>Brand image</i> dan <i>Product knowledge</i> Terhadap Minat... 23	
2.4 Kerangka Berpikir	25
2.5 Hipotesis Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Rancangan Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat.....	29
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	32
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	34
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	37
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.1.1 Deskripsi Karakter Responden	41
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.2.1 Uji Normalitas Data.....	43
4.2.2 Uji Multikolinieritas	44
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	47
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.3 Pengujian Hipotesis	48
4.3.1 Output SPSS Uji t (Parsial).....	49
4.3.2 Output SPSS Uji F (Simultan)	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.4.1 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli.....	51
4.4.2 Pengaruh <i>Product knowledge</i> Terhadap Minat Beli.....	54
4.4.3 Pengaruh <i>Brand image</i> dan <i>Product knowledge</i> Terhadap Minat ...	57
4.5 Implikasi	62
 BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Rangkuman.....	64

5.2 Simpulan.....	66
5.3 Saran	67
DAFTAR RUJUKAN	69
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Market Share Comperation	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat.....	31
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	33
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel bebas	34
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji One-Sample Kolmogrov -Smirnov test	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Glejser.....	46
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Liniear Berganda.....	47
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji t	49
Tabel 4.8 Hasil Uji F	50



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Grafik P-Plot	43



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 01. Survey Awal Variabel Minat Beli	73
Lampiran 02. Survey Awal Variabel <i>Brand image</i>	74
Lampiran 03. Survey Awal Variabel <i>Product knowledge</i>	75
Lampiran 04. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 05. Tabulasi Sampel Kecil	80
Lampiran 06. Tabulasi Sampel Besar.....	82
Lampiran 07. Gambaran Umum Responden.....	85
Lampiran 08. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	86
Lampiran 09. Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 10. Output SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
Lampiran 11. Output SPSS Uji Hipotesis	92
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian.....	93

