

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PEREPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI IPHONE
MELALUI PERSEPSI KUALITAS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI



**I KOMANG ADI SAGITA PUTRA
2217041130**

**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
- 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**



- 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	I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. NIP.198612252022031003
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
- 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 oleh I Komang Adi Sagita Putra ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 03 Juni 2026

Dewan Penguji

Ketua	Rahutama Atidira, M.M. NIP.198805032018031001
Anggota	I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. NIP.198612252022031003
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**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *IPhone* Melalui Persepsi Kualitas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas Pendidikan Ganesha” 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, 02 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



I Komang Adi Sagita Putra

NIM. 2217041130

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *IPhone* Melalui Persepsi Kualitas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”**. 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. 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.
2. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. 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
5. Mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah membantu memberikan data mengenai Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *IPhone* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	iii
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
2.1 Deskripsi Teoritis	16
2.1.1 Teori Minat Beli	16
2.1.1.1 Definisi Minat Beli	16
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	17
2.1.1.3 Indikator Loyalitas Merek.....	18
2.1.2 Teori Citra Merek.....	19
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	19

2.1.2.2 Indikator Citra Merek	20
2.1.3 Teori Persepsi Harga	21
2.1.3.1 Definisi Persepsi Harga.....	21
2.1.3.2 Indikator Persepsi Harga.....	22
2.1.4 Teori Persepsi Kualitas.....	23
2.1.4.1 Definisi Persepsi Kualitas	23
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas	24
2.1.4.3 Indikator Persepsi Kualitas	24
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	30
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	30
2.3.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Persepsi Kualitas	31
2.3.4 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas	32
2.3.5 Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	32
2.4 Kerangka Berpikir.....	33
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Rancangan Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42

3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	43
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	47
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	51
3.5.1 Analisis <i>Outer Model</i>	52
3.5.2 Analisis <i>Inner Model</i>	54
3.6 Uji <i>Bootstraping</i>	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Data	58
4.1.1 Umur	58
4.1.2 Jenis Kelamin	59
4.1.3 Program Studi	59
4.1.4 Semester	60
4.1.5 Pengalaman Menggunakan <i>IPhone</i>	61
4.1.6 Analisis Statistik Deskriptif	61
4.2 Pengujian SEM PLS	63
4.2.1 Pengujian <i>Outer Model</i>	64
4.2.1.1 <i>Convergent Validity</i>	64
4.2.1.2 <i>Discriminat Validity</i>	65
4.2.1.3 <i>Composite Reliability</i>	66
4.2.2 Pengujian <i>Inner Model</i>	67
4.2.2.1 <i>R square</i> (R^2)	68
4.2.2.2 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	69
4.2.2.3 <i>F square</i> (F^2)	69
4.3 Pengujian <i>Bootstraping</i>	70

4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Persepsi Kualitas.....	72
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas	73
4.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	73
4.3.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	74
4.3.5 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	74
4.3.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Mediasi Persepsi Kualitas.....	75
4.3.7 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Melalui Mediasi Persepsi Kualitas.....	76
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.4 Implikasi.....	104
4.4.1 Implikasi Teoritis	104
4.4.2 Implikasi Praktis	105
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Rangkuman	107
5.2 Simpulan	108
5.3 Saran.....	110
DAFTAR RUJUKAN	112
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha.....	9
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel 3.1 Indikator Variabel Terikat (Endogen).....	44
Tabel 3.2 Hasil Uji Instrumen Variabel Persepsi Kualitas (Y_1)	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Instrumen Variabel Minat Beli (Y_2).....	46
Tabel 3.4 Indikator Variabel Bebas (Eksogen).....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Instrumen Variabel Citra Merek (X_1).....	49
Tabel 3.6 Hasil Uji Instrumen Variabel Persepsi Harga (X_2).....	50
Tabel 4.1 Umur Responden Penelitian.....	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	59
Tabel 4.3 Program Studi Responden Penelitian.....	59
Tabel 4.4 Semester Responden Penelitian	60
Tabel 4.5 Pengalaman Menggunakan <i>IPhone</i> Responden Penelitian	61
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	64
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Discriminat Validity</i>	66
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	67
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>R square</i> (R^2).....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>F square</i> (F^2)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	72

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1.1 Data nilai loyalitas merek <i>smartphone</i> global tahun 2022.....	4
Gambar 1.2 Persentase pangsa pasar <i>smartphone</i> di Indonesia tahun 2024.....	5
Gambar 1.3 Merek <i>smartphone</i> yang di gunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34



DAFTAR LAMPIRAN

	HALAMAN
Lampiran 1. Data pada Penelitian	115
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 3. Hasil Penelitian Sampel Kecil	120
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen	123
Lampiran 5. Hasil Penelitian Sampel Besar.....	126
Lampiran 6. Hasil Uji Sampel Besar.....	139
Lampiran 7. Hasil <i>Uji Bootstrapping</i>	141
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....	142

