

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT INVOLVEMENT*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
APPLE DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

NURZAITUN HUMAIRA

NIM: 2010412220013



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* APPLE DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Nurzaitun Humaira
NIM : 2010412220013
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105200112201


[.....]


b. Penguji I

Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP. 196701131994031001


[.....]

c. Penguji II

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP. 197805242006042001


[.....]

Banjarmasin, 31 Juli 2024

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

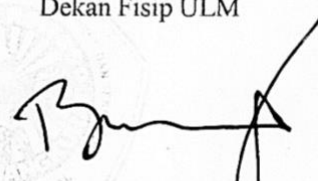


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105200112201



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105200112201

Mengetahui,
Dekan Fisip ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 26 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 869/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 24 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Nurzaitun Humaira
NIM : 2010412220013
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Product Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 80 (4)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 26 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Nurzaitun Humaira

1. Ketua : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

2. Sekretaris : Dr. Fitriyadi, M.Pi, CRGP, CTIA

3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkat limpahan rahmat dan karunianya serta shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga hari akhir. Berkat dari limpahan rahmat tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Product Involvement* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple di Kota Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelarsarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain :

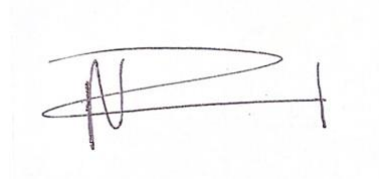
1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak. Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB., selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis sekaligus dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukan mengajar dan selalu sabar dalam membimbing penulis untuk menjadi lebih baik.
4. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA., selaku Dosen penguji I yang telah

memberi arahan untuk menunjang skripsi ini agar menjadi lebih baik.

5. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB., selaku Dosen penguji II yang juga telah memberi arahan dalam pembuatan skripsi ini agar menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan wawasan.
7. Orang tua dan Keluarga yang telah menjadi harapan dan pemberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Para sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang telah terlibat dalam membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini.

Penulis berdoa semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ladang pahala dan mendapat limpahan berkah serta rahmat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memerlukan masukan agar menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap semoga apa yang tertuang dalam skripsi ini sekiranya dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan kepada pembaca pada umumnya dan kepada penulis khususnya.

Banjarmasin, 31 Juli 2024



Penulis

PERSEMBAHAN

*This thing is made for people who i love and
people who love me.*

*"we are born of love; love is god and our
family."*

بركات من شمس بني هاسيم



ميا الرفاعي

PERNYATAAN ORISINIL

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini ialah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan dari dosen-dosen selaku tim penguji.
3. Seluruh pendapat pakar atau karya publikasi milik pihak lain yang terdapat dalam karya tulis ini, telah di stasi nama pengarangnya dan dicantumkan ke dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila pada kemudian hari ditemui penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya selaku peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Nurzaitun Humaira
NIM: 2010412220013

ABSTRAK

Nurzaitun Humaira, 2010412220013, 2024. Pengaruh *Brand Image* dan *Product Involvement* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple di Kota Banjarmasin, dibawah bimbingan: Hj. Nurul Wahyuni.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Prouduct Involvement* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dipilih pada Kota Banjarmasin sebanyak 100 responden, dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu IBM SPSS *Statistic* Versi 24.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone Apple di Kota Banjarmasin*. Begitu juga, dengan *product involvement* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple di Kota Banjarmasin. Serta, *brand image* dan *product involvement* yang terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple di Kota Banjarmasin.

Kata kunci : *Brand Image*, *product involvement*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nurzaitun Humaira, 2010412220013, 2024. The Influence of Brand Image and Product Involvement on Apple Smartphone Purchase Decisions in Banjarmasin, under the guidance of: Hj. Nurul Wahyuni.

This research is to explain the influence of Brand Image and Product Involvement on Apple Smartphone Purchase Decision in Banjarmasin City.

This study uses a quantitative. location for this research was chosen in Banjarmasin City with 100 respondents, with data collection using survey and data analysis using multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistics 24.

This research proves that brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions for Apple smartphones in Banjarmasin. And also, product involvement has a positive and significant influence on purchasing decisions for Apple smartphones in Banjarmasin. The same thing also occurred with the brand image and product involvement, which has been proven to positively and significantly impact the purchasing decisions for Apple smartphone in Banjarmasin.

Keywords: Brand image, product involvement, purchahse decisions.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINIL	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Landasan Teoritis	27
2.1.1 Pemasaran	27
2.1.2 Perilaku Konsumen	28
2.1.3 <i>Brand Image</i>	31
2.1.4 <i>Product Involvement</i>	34
2.1.5 Keputusan Pembelian	39
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Pendekatan Penelitian.....	62
3.2 Desain Penelitian.....	62
3.3 Lokasi Penelitian	63
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling.....	63
3.4.1 Populasi	63
3.4.2 Besar Sampel.....	63
3.4.3 Tehnik Sampling	64
3.5 Definisi Operasional Variabel	66
3.5.1 <i>Brand Image</i> (X1)	66
3.5.2 <i>Product Involvement</i> (X2).....	68
3.5.3 Keputusan Pembelian (Y)	69
3.6 Tehnik Pengumpulan Data.....	73
3.7 Tehnik Analisa Data.....	74
3.7.1 Skala Pengukuran.....	74
3.7.2 Deskripsi Statistik	75
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76

	3.7.4 Uji Asumsi Klasik	78
	3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	80
3.8	Uji Hipotesis.....	81
	3.8.1 Uji Regresi (Uji T)	81
	3.8.2 Uji Simultan (Uji F)	82
	3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	82
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	84
4.1	Profil Responden	84
	4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Domisili	84
	4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
	4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	87
	4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
	4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	90
4.2	Hasil Statistik Deskriptif	92
	4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	93
	4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Product Involvement</i>	94
	4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	95
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	96
	4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	96
	4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	98
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	98
	4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	98
	4.4.2 Hasil Uji Linieritas	100
	4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	102
	4.4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
4.5	Hasil Uji Regresi Liner Berganda	104
4.6	Hasil Uji Hipotesis	106
	4.6.1 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	106
	4.6.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	107
	4.6.3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	108
BAB V	PEMBAHASAN HASIL	109
5.1	Pembahasan.....	109
	5.1.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109
	5.1.2 Pengaruh <i>Product Involvement</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	110
	5.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) dan <i>Product Involvement</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	112
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	113
	5.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	114
	5.2.2 Pengaruh <i>Product Involvement</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	114
	5.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Product Involvement</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	116

5.3 Keterbatasan Penelitian	117
BAB VI PENUTUP	118
6.1 Kesimpulan	118
6.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	134
BIODATA	153

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	10 Negara Dengan Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak (2022)	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> Berdasarkan Pulau Di Indonesia (2022)	3
Gambar 1.3	<i>Market Share Smartphone</i> Pada Bulan Desember 2022 Hingga November 2023 Di Indonesia.....	9
Gambar 1.4	Alasan Responden Setia Menggunakan <i>Smartphone</i> Apple, 2022	10
Gambar 1.5	Diagram Faktor Utama Responden Memilih <i>Smartphone</i> Apple	13
Gambar 1.6	Merek <i>Smartphone</i> Favorit Di Indonesia, 2022.	19
Gambar 1.7	Faktor Lain Konsumen Memilih <i>Smartphone</i> Apple.	21
Gambar 2.1	Model Penelitian	60
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	99
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	100
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
Gambar 5.1	Model Akhir Penelitian	117

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel	71
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	75
Tabel 3.3	Rentang Kategori Tanggapan Responden	75
Tabel 3.4	Tabulasi Interpretasi Nilai R	83
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Domisili	84
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	88
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Atau Uang Saku Bulanan.....	90
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	93
Tabel 4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Product Involvement</i>	94
Tabel 4.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1)	96
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Product Involvement</i> (X2)	97
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	97
Tabel 4.12	Hasil Uji Realiabilitas	98
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i> (Normalitas)	98
Tabel 4.14	Hasil Uji Linieritas <i>Brand Image</i>	101
Tabel 4.15	Hasil Uji Linieritas <i>Product Involvement</i>	101
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas.....	102
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	104
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	106
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	107
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	108

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1.	<i>Hasil Output SPSS Versi 24</i>	134
Lampiran 2.	Sertifikat Plagiasi.....	149
Lampiran 3.	Sertifikat <i>TOEFL</i>	151