

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK IPHONE PADA
GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

BELINDA ARIANA

NIM: 2110412320028



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

2025

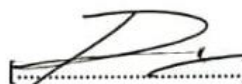
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK IPHONE PADA
GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Belinda Ariana
NIM : 2110412320028
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim penguji:

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat S.AB, MM
NIP: 19891207201712104001



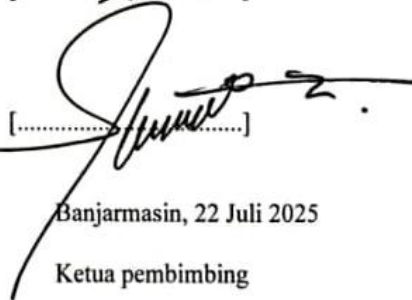
b. Penguji I

Novia Nour Halisa S.Si M.Si
NIP: 199211262019032026



c. Penguji II

Dr. Maryono S.Sos M.Si
NIP: 197606132006041001



Banjarmasin, 22 Juli 2025

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis

Ketua pembimbing



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001



Rizki Muslim Hidayat S.AB, MM
NIP: 19891207201712104001



Mengetahui
Dekan Fisip ULM
Prof. Dr. H. Budi Suryad, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2648/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Belinda Ariana
NIM : 2110412320028
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone Pada
Generasi Z di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 11 Juni 2025
J a m : 14:00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 27 Mei 2025
Dekan,



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



Catatan :

- 1 UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
- 2 Dokumen ini telah didaftarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 11 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2684/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 27 Mei 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Belinda Ariana
NIM : 2110412320028
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14:00 Wita s.d Selesai
Nilai : *80 / (A)*
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 : 11 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Belinda Ariana

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

2. Sekretaris : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

3. Anggota : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone pada Generasi Z di Kota Banjarmasin”. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. 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 Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. M. Hasanur Arifin S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta

berbagai masukan berharga dalam proses penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik dan semoga karya ini dapat memberikan manfaat.

6. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan koreksi, penilaian, serta arahan yang membangun, sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan lebih baik dan terarah.
7. Bapak Dr. Maryono S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan koreksi, penilaian, serta arahan yang membangun, sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan lebih baik dan terarah.
8. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu yang sangat berharga sebagai bekal penulis dalam menghadapi kehidupan dan karier di masa yang akan datang.
9. Seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran studi saya.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas amal kebaikan dan bantuan yang Bapak/Ibu berikan, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi para pembaca.

Banjarmasin, 22 Juli 2025

Belinda Ariana
NIM. 2110412320028

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Suharyanto dan Ibu Sunarti, serta adik saya, Muhammad Alvaro Andhra, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moril maupun materiil, serta kasih sayang yang tulus tanpa henti. Semoga skripsi ini, walau sederhana, dapat menjadi bentuk kebanggaan bagi orang tua dan keluarga atas segala pengorbanan dan perjuangan yang telah diberikan dalam mendidik dan membesarkan saya.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada teman-teman seperjuangan di bangku kuliah yang telah memberikan kritik, saran, bantuan, serta semangat yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini. Tak lupa pula kepada semua pihak yang turut berkontribusi dan memberikan dukungan, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Serta yang terakhir untuk diriku sendiri. *You are an extraordinary, strong, and resilient woman. Even after enduring every challenge, from the lightest trials to the heaviest burdens, you still managed to stand tall on your own. Every hardship you've faced has become a meaningful part of your life's journey. One of the most valuable lessons you've learned is that not everyone will stay in your life, and it's important not to place too many expectations in this world. In the end, you made it. I'm truly proud of the woman I've become.*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi ini merupakan hasil asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, perumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing serta masukan dari tim penguji.
3. Seluruh kutipan, pendapat, atau karya dari pihak lain yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan nama pengarangnya dan disertakan dalam daftar pustaka sesuai kaidah akademik.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ditemukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Banjarmasin, 22 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,

Belinda Ariana
NIM. 2110412320028

ABSTRAK

Belinda Ariana 2110412320028, 2025. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Dibawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat.

Smartphone merupakan kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. iPhone menjadi salah satu merek yang banyak diminati karena dinilai memiliki citra merek dan kualitas produk yang baik. Penelitian ini menggambarkan bagaimana tingkat citra merek, kualitas produk, serta keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Banjarmasin. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Banjarmasin. Sebanyak 97 generasi Z yang menggunakan smartphone iPhone dipilih secara *accidental sampling* sebagai responden. Kuisisioner digunakan untuk pengumpulan data dan SPSS digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan citra merek berada pada level sangat tinggi, kualitas produk berada pada level tinggi, dan keputusan pembelian juga berada pada level tinggi. Selain itu, citra merek akan meningkatkan keputusan pembelian, dan kualitas produk juga berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian smartphone iPhone pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Belinda Ariana 2110412320028, 2025. The Influence of Brand Image and Product Quality on the Purchasing Decisions for iPhone Smartphones of Generation Z in Banjarmasin City. Under the guidance: Rizki Muslim Hidayat.

Smartphones have become an essential need in daily life, especially among the younger generation. iPhone is one of the most favored brands due to its strong brand image and product quality. This study describes the levels of brand image, product quality, and purchase decisions among Generation Z in Banjarmasin City. Furthermore, this study examines the influence of brand image and product quality on purchase decisions.

The research location chosen was in Banjarmasin City. A total of 97 Generation Z respondents who use iPhone smartphones were selected through accidental sampling. Questionnaires were used for data collection, and SPSS was employed to test the hypotheses.

The results show that brand image is at a very high level, product quality is at a high level, and purchase decision is also at a high level. In addition, brand image increases purchase decision, and product quality also contributes to increasing the purchase decision of iPhone smartphones among Generation Z in Banjarmasin City.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| PERSEMBAHAN | vi |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 15 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 17 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 17 |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen..... | 17 |
| 2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumen..... | 17 |
| 2.1.1.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen..... | 18 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian..... | 20 |
| 2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.1.2.3 Tahapan Proses Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.1.3 Pemasaran | 27 |
| 2.1.4 Bauran Pemasaran..... | 28 |
| 2.1.5 Citra Merek | 32 |
| 2.1.6.1 Definisi Citra Merek..... | 32 |
| 2.1.6.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek..... | 33 |
| 2.1.6.3 Indikator Citra Merek | 34 |
| 2.1.6 Kualitas Produk..... | 34 |

| | | |
|--------------------------------|---|----|
| 2.1.7.1 | Definisi Kualitas Produk | 34 |
| 2.1.7.2 | Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk | 35 |
| 2.1.7.3 | Indikator Kualitas Produk | 38 |
| 2.2 | Tinjauan Penelitian Terdahulu | 41 |
| 2.3 | Hipotesis Dan Model Penelitian..... | 44 |
| 2.3.1 | Hipotesis Penelitian | 44 |
| 2.3.2 | Model Penelitian | 46 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 47 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian | 47 |
| 3.2 | Desain Penelitian..... | 47 |
| 3.3 | Lokasi Penelitian..... | 47 |
| 3.4 | Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling..... | 48 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 48 |
| 3.4.2 | Besar Sampel | 48 |
| 3.4.3 | Teknik Sampling..... | 49 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel..... | 50 |
| 3.5.1 | Variabel Bebas (Independen)..... | 50 |
| 3.5.2 | Variabel Terikat (Dependen) | 53 |
| 3.6 | Teknik Pengumpulan Data | 57 |
| 3.7 | Teknik Analisa Data..... | 57 |
| 3.7.1 | Skala Pengukuran | 57 |
| 3.7.2 | Deskriptif Statistik | 58 |
| 3.7.3 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 59 |
| 3.7.4 | Uji Asumsi Klasik..... | 60 |
| 3.7.5 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 62 |
| 3.7.6 | Alat Uji Hipotesis | 62 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | | 66 |
| 4.1 | Profil Responden..... | 66 |
| 4.1.1 | Jenis Kelamin..... | 66 |
| 4.1.2 | Usia | 67 |
| 4.1.3 | Pekerjaan..... | 67 |
| 4.1.4 | Penghasilan | 68 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif Variabel..... | 69 |
| 4.2.1 | Citra Merek (X1) | 69 |

| | | |
|------------------------------|---|-----|
| 4.2.2 | Kualitas Produk (X2) | 72 |
| 4.2.3 | Keputusan Pembelian (Y) | 77 |
| 4.3 | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 82 |
| 4.3.1 | Hasil Uji Validitas | 82 |
| 4.3.2 | Hasil Uji Reliabilitas | 83 |
| 4.4 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 84 |
| 4.4.1 | Uji Normalitas | 84 |
| 4.4.2 | Uji Multikolinearitas | 86 |
| 4.4.3 | Uji Heterokedastisitas | 88 |
| 4.5 | Hasil Analisis Linier Berganda | 88 |
| 4.6 | Pengujian Hipotesis | 90 |
| 4.6.1 | Uji Regresi Secara Parsial (Uji t) | 90 |
| 4.6.2 | Uji Regresi Secara Simultan (Uji f) | 91 |
| 4.6.3 | Uji Koefisien Determinasi (R²) | 92 |
| BAB V PEMBAHASAN HASIL | | 94 |
| 5.1 | Pembahasan | 94 |
| 5.1.1 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 94 |
| 5.1.2 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 95 |
| 5.1.3 | Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 96 |
| 5.2 | Implikasi Hasil Penelitian | 96 |
| 5.2.1 | Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 96 |
| 5.2.2 | Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 97 |
| 5.2.3 | Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 97 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 99 |
| BAB VI PENUTUP | | 100 |
| 6.1 | Kesimpulan | 100 |
| 6.2 | Saran | 100 |
| 6.2.1 | Akademis | 100 |
| 6.2.2 | Praktis | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 102 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 41 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 55 |
| Tabel 3.3 Penentuan Skor Jawaban Kuisisioner | 58 |
| Tabel 3.4 Rentang Kategori Jawaban Responden | 58 |
| Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi | 65 |
| Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden..... | 66 |
| Tabel 4.7 Usia Responden..... | 67 |
| Tabel 4.8 Pekerjaan Responden..... | 67 |
| Tabel 4.9 Pekerjaan Responden..... | 68 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Citra merek | 69 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk..... | 72 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian..... | 77 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas | 82 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas | 84 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test | 86 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas | 87 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 88 |
| Tabel 4.18 Hasil analisis regresi linier berganda..... | 89 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji T..... | 90 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji F..... | 91 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 92 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|----|
| Diagram 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Januari 2013-Januari 2023.. | 2 |
| Diagram 1.2 Pengguna Aktif Smartphone Di Indonesia 2015-2023 | 4 |
| Diagram 1.3 Proporsi Individu Pemilik Handphone Menurut Kelompok Umur 2023 | 5 |
| Diagram 1.4 Pangsa Pasar Sistem Operasi Mobile di Indonesia 2023 - 2024 | 6 |
| Diagram 1.5 Pangsa Pasar Vendor Ponsel Indonesia Nov 2023 – Nov 2024 | 7 |
| Diagram 1.6 Preferensi Merek Smartphone Generasi Z di Kota Banjarmasin..... | 8 |
| Diagram 1.7 Komparasi Brand Index..... | 12 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Pemasaran, Esensi, dan Aplikasi | 22 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian..... | 46 |
| Gambar 4.3 Grafik Histogram..... | 84 |
| Gambar 4.4 Grafik Probability Plot..... | 85 |
| Gambar 5.5 Model Akhir Penelitian..... | 98 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 105 |
| Lampiran 2 Hasil Output Tabel Frekuensi SPSS Statistics 30.0.0 | 110 |
| Lampiran 3 Hasil Output Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Regresi Linier Berganda..... | 113 |