

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*,
PERCEIVED QUALITY DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP
PURCHASE DECISION HANDPHONE MEREK *IPHONE*
PADA MAHASISWA FE ANGKATAN 2020 DAN 2021
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*,
PERCEIVED QUALITY DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP
PURCHASE DECISION HANDPHONE MEREK *IPHONE*
PADA MAHASISWA FE ANGKATAN 2020 DAN 2021
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Aziz Syah Ramdhani

N I M : 20415252

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*,
Perceived Quality dan *Brand Loyalty* Terhadap *Purchase Decision Handphone* Merek *Iphone* Pada Mahasiswa FE Angkatan 2020 Dan 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Aziz Syah Ramdhani

N I M : 20415252

Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 15 Desember 2001

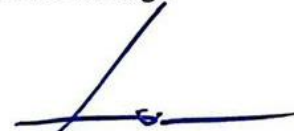
Program Studi : Manajemen

Isi dan format ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 26 Juli 2024
Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIDN. 0008057601

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

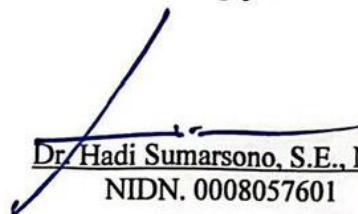


Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIDN. 0760508 200501 1 002



Tegoeh Hari Abrianto, S.E., M.M
NIDN. 0705106702

Penguji I



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIDN. 0008057601

Dosen Penguji :
Penguji II



Dr. Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN. 0727118803

Penguji III



Dra. Umi Farida, M.M
NIDN. 0710016101

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan integrasi internet dalam kehidupan sehari-hari, handphone, khususnya *smartphone* seperti *Iphone*, tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai simbol status dan gaya hidup. Penelitian ini membahas pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* terhadap *purchase decision handphone* merek *Iphone* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo angkatan 2020 dan 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner skala Likert 5 poin. Data dianalisis menggunakan uji reliabilitas, regresi linier berganda, serta uji hipotesis t dan F untuk menguji hubungan variabel-variabel tersebut secara parsial dan simultan terhadap *purchase decision*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* secara signifikan berpengaruh terhadap *purchase decision Iphone*. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah rekomendasi kepada perusahaan *Apple* untuk meningkatkan aspek-aspek tersebut guna mempertahankan dan meningkatkan preferensi konsumen terhadap *Iphone*. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor kontekstual dan psikologis agar bisa mempengaruhi *purchase decision* lebih tinggi serta bisa meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana dinamika pengambilan *purchase decision handphone* merek *Iphone*.

Kata kunci: *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* Terhadap *Purchase Decision Handphone* Merek *Iphone* Pada Mahasiswa FE Angkatan 2020 Dan 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman Jahilliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S- 1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus serta hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Tegoeh Hari Abrianto, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo beserta stafnya atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam terselesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 26 Juli 2024



Aziz Syah Ramdhani

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 26 Juli 2024



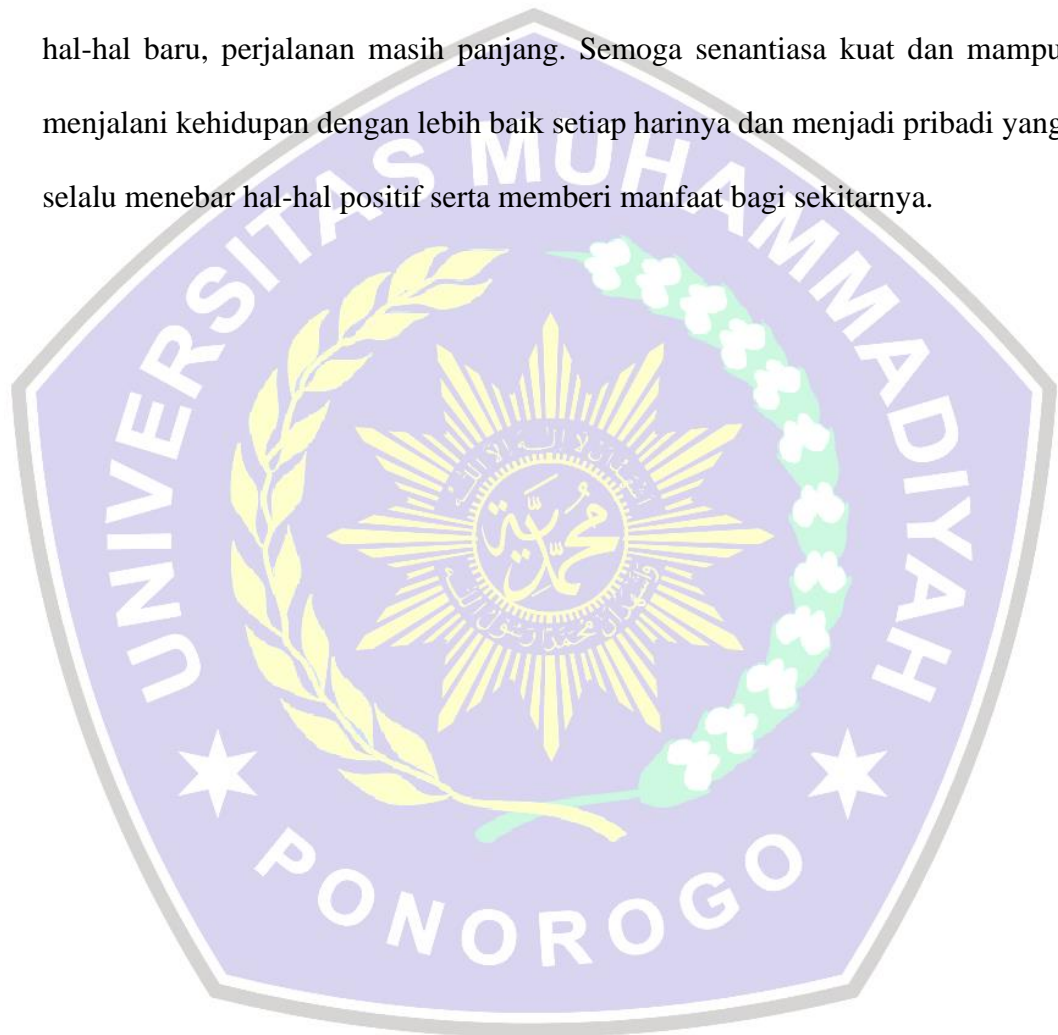
Aziz Syah Ramdhani
NIM. 20415252

PERSEMBAHAN

Segala perjuangan penulis hingga titik ini, penulis sampaikan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Miselan dan Ibu Maryati yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan, menjadi tempat pulang saat sedih maupun senang, selalu memotivasi untuk maju serta bantuan material yang menjadi motivasi penulis selama menempuh kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
2. Adik kandungku Nuzul Mukharom menjadi alasan bagi penulis untuk selalu memberikan contoh yang baik, terimakasih telah menjadi adik yang baik, patuh, dan selalu memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Seluruh anggota keluarga penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan mensupport penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. 20415265 terimakasih telah menemani, memberi support, semangat, menjadi tempat curhat, selalu memotivasi untuk maju dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan manajemen kelas E, dan angkatan 20 terutama program studi manajemen yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhirnya.
6. Teman-teman kost terimakasih telah menemani, memberikan support dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Pihak-pihak yang tidak disebutkan oleh peneliti satu persatu, dan penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dan motivasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Khusus teruntuk diriku sendiri Aziz Syah Ramdhani, terimakasih karena sudah bertahan, bertanggungjawab dan terus berjuang serta memberanikan diri mencoba hal-hal baru, perjalanan masih panjang. Semoga senantiasa kuat dan mampu menjalani kehidupan dengan lebih baik setiap harinya dan menjadi pribadi yang selalu menebar hal-hal positif serta memberi manfaat bagi sekitarnya.



MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*-nya. Berjuanglah untuk diri sendiri dan orang-orang tersayang, kelak kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap semangat dan berproses”

Sesulit apapun ujiannya tetaplah tenang

karena

“Wong duwe gusti ALLAH SWT kok bingung”



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Konseptual	46
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	53
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	53
3.3 Jenis Data Penelitian	56
3.4 Metode Pengambilan Data.....	56
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	57
3.6 Metode Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil Penelitian	66
4.2 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104



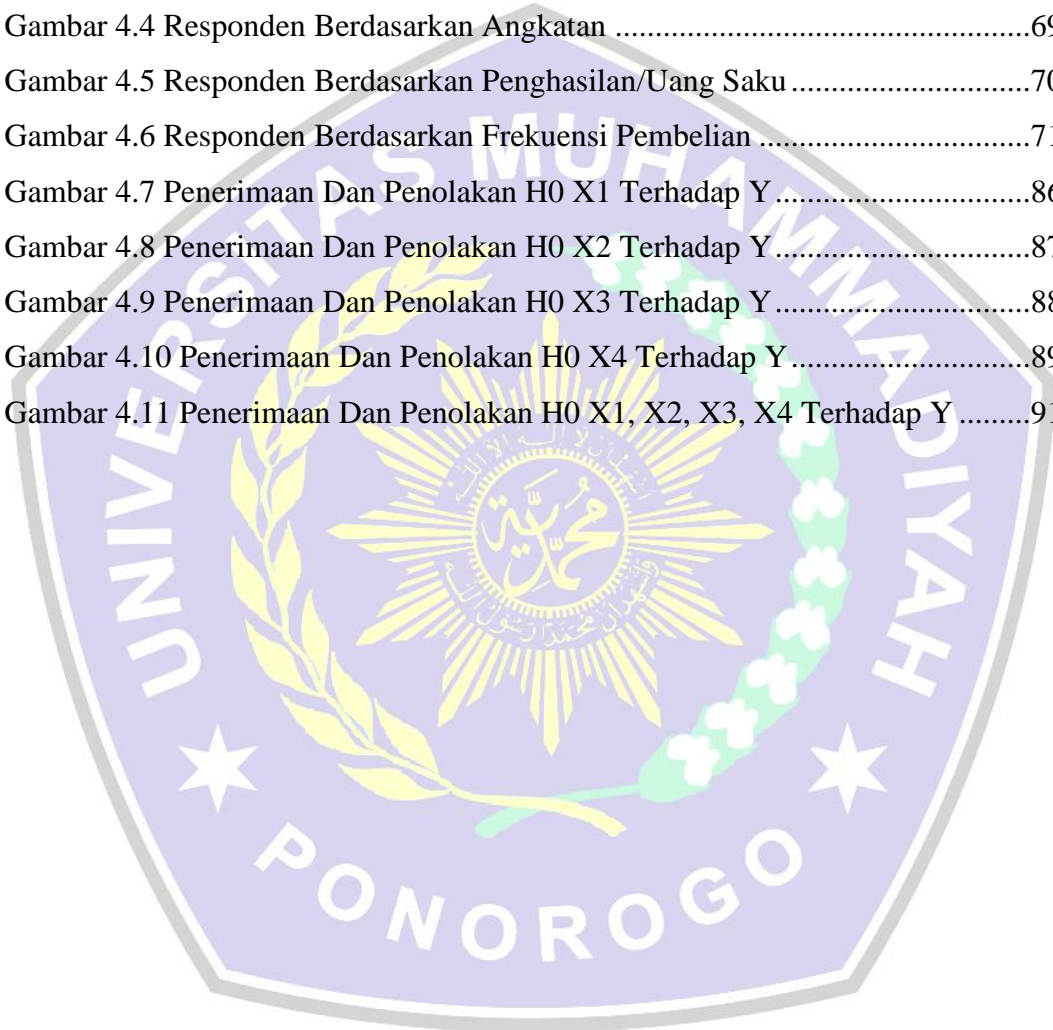
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i>	72
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Association</i>	73
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i>	75
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i>	76
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Decision</i>	77
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.10 Hasil Uji t	85
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap <i>Purchase Decision</i>	27
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Program Studi.....	68
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Angkatan	69
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	70
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	71
Gambar 4.7 Penerimaan Dan Penolakan H0 X1 Terhadap Y	86
Gambar 4.8 Penerimaan Dan Penolakan H0 X2 Terhadap Y	87
Gambar 4.9 Penerimaan Dan Penolakan H0 X3 Terhadap Y	88
Gambar 4.10 Penerimaan Dan Penolakan H0 X4 Terhadap Y	89
Gambar 4.11 Penerimaan Dan Penolakan H0 X1, X2, X3, X4 Terhadap Y	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	110
Lampiran 2. Data Responden.....	116
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden	120
Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	125
Lampiran 5. Hasil Olah Data	126
Lampiran 6. Cek Plagiasi	132
Lampiran 7. Berita Acara Skripsi.....	133

