

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI
TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK IPHONE DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Konsumen Smartphone Iphone
di Kota Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ARIF FATHONI

B100160154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI TEKNOLOGI
SMARTPHONE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IPHONE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Konsumen Smartphone Iphone di Kota Surakarta)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

ARIF FATHONI

B100160154

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020
Pembimbing



(Nur Achmad, S.E., M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Drs. H. Syamsudin, SE, MM

NIK. 131602918



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **ARIF FATHONI**

NIM : **B 100 160 154**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi **PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI
TEKNOLOGI SMARTPHONE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IPHONE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Konsumen Smartphone Iphone
di Kota Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

ARIF FATHONI

MOTTO

Ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku.

(Qs Al-Baqarah : 152)

Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu dan kamu akan dikembalikan kepada Allah lalu diberitakan kepada-Nya apa yang telah kamu kerjakan.

(QS. At Taubah:105)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah : 6)

Tak ada rahasia untuk menggapai sukses. Sukses itu dapat terjadi karena persiapan, kerja keras, dan mau belajar dari kegagalan.

(Colin Powell)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Allah SWT yang selalu menuntun saya dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- ❖ Kedua orang tua dan keluarga sebagai salah satu bentuk bakti dan tugas utama saya untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
- ❖ Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- ❖ Teman-teman seperjuangan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2016 khususnya kelas D yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih kalian semua telah mengajarkan saya arti sebuah pertemanan.
- ❖ Almamater saya Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ekuitas merek dan inovasi teknologi smartphone terhadap keputusan pembelian ulang produk iphone dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen smartphone iphone di kota Surakarta. Sample yang digunakan dalam penelitian ini ada 75 orang sebagai responden yang berada di kota Surakarta. Metode penelitian sampel menggunakan *non probability sampling* dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Adapun variabel-variabel yang lain yaitu ekuitas merek, inovasi teknologi smartphone, dan keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel ekuitas merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, variabel inovasi teknologi smartphone berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel inovasi teknologi smartphone berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, variabel kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Inovasi Teknologi *Smartphone*, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian ulang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand equity and smartphone technology innovation on iPhone product repurchase decisions with consumer satisfaction as an intervening variable on iPhone smartphone consumers in the city of Surakarta. The sample used in this study were 75 respondents as respondents in the city of Surakarta. The sample research method uses non probability sampling and the data used are primary data in the form of questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis using intervening variables, namely customer satisfaction. The other variables are brand equity, smartphone technology innovation, and repurchase decisions. The results of this study indicate that the brand equity variable has a significant positive effect on customer satisfaction, the brand equity variable has a significant positive effect on repurchase decisions, the smartphone technology innovation variable has a significant positive effect on consumer satisfaction, smartphone technology innovation variable has not a significant positive effect on repurchase decisions, consumer satisfaction variables on purchasing decisions have a positive effect on repurchase decisions.

Keywords: *Brand Equity, Smartphone Technology Innovation, Consumer Satisfaction, dan Repurchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Teknologi Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel intervening (Studi Kasus Konsumen Smartphone Iphone di Kota Surakarta)”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Sri Padmantlyo, MBA selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis dalam membantu menyelesaikan perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga dapat berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Peneltian	7
E. Sistematika Penuliasan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian Ulang	9
2. Kepuasan Konsumen	9
3. Ekuitas Merek	10
4. Inovasi Teknologi Smartphone	11
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Perumusan Hipotesis	16
D. Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22

B. Populasi dan Sampel	22
C. Data dan Sumber Data.....	24
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Definisi Operasional	25
F. Pengukuran Variabel.....	26
G. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Data	36
1. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	36
2. Klasifikasi responden berdasarkan usia	36
3. Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan.....	37
4. Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan.....	37
5. Klasifikasi responden berdasarkan penghasilan	38
6. Klasifikasi responden berdasarkan pernah berapa kali membeli	38
B. Analisis Data	39
C. Pembahasan	56
1. Pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk smarphone iphone	57
2. Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian ulang produk smartphome iphone	58
3. Pengaruh inovasi teknologi smartphone terhadap kepuasan konsumen produk smartphone iphone	59
4. Pengaruh inovasi teknologi smartphone terhadap keputusan pembelian ulang smartphone iphone	59
5. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang produk samrtphone iphone	60
6. Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel <i>intervening</i>	61

7. Pengaruh inovasi teknologi smartphone terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening	61
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan	65
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden	36
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Responden.....	37
Tabel 4.4	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4.5	Karakteristik Peghasilan Responden	38
Tabel 4.6	Karakteristik Pernah Berapa Kali Responden Membeli.....	38
Tabel 4.7	<i>Outer Loading</i>	41
Tabel 4.8	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	42
Tabel 4.9	<i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.10	<i>Cronbach's Alpha</i>	44
Tabel 4.11	<i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	45
Tabel 4.12	<i>R Square</i>	47
Tabel 4.13	Nilai <i>Inner Weights</i>	49
Tabel 4.14	Hasil Pengukuran Langsung (<i>Path Coefficient</i>)	50
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Tidak Langsung.....	52
Tabel 4.16	Pengaruh Total Hubungan Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening	54
Tabel 4.17	Pengaruh Total Hubungan Inovasi Teknologi Smartphone dan Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 <i>Outer Weights</i>	40
Gambar 4.2 <i>Inner Weights</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3. Gambar *Outer Model*
- Lampiran 4. Gambar *Inner Weights*
- Lampiran 5. *Outer Loadings*
- Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas (*Discriminant Validity, Composite Reliability, Cronbach Alpha*)
- Lampiran 7. *Collinearity Statistics* (VIF)
- Lampiran 8. Uji Kebaikan Model
- Lampiran 9. Uji Pengaruh Langsung (*Path Coefficient*)
- Lampiran 10. Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Specific Indirect Effect*)