

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat  
Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generasi Z**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Oleh :**  
**GILANG IZDIHAR**  
**17012010283/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2021**

SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang  
Iphone Pada Mahasiswa Generasi Z**

Disusun Oleh :

**GILANG IZDIHAR**  
17012010283/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan  
Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 19 November 2021

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
**Sulastrir Irbavani, S.E., M.M.**  
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama

  
**Sugeng Purwanto, S.E., M.M.**  
NIP. 196801081989031001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

  
**Drs. Samsul Huda, S.E., M.T.**  
NIP. 195908281990031001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat taufik dan hidayah-Nya kepada hamba Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone* pada Mahasiswa Generasi Z”** tepat pada waktunya. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Sulastri Irbayuni,SE,MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sugeng Purwanto,SE,MM selaku dosen pembimbing utama untuk bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Zumrotul Fitriyah, SE. MM. selaku dosen wali Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Para Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua tercinta Papa dan Mama yang telah memberikan segala do’a, kepercayaan, cinta kasih yang tiada henti diberikan kepada penulis, dan senantiasa memberikan dukungan serta motivasi yang luar biasa sehingga mampu memberikan pencerahan dan penguatan yang sangat berarti bagi penulis.
6. Terima kasih atas semangat dan bantuan teman-teman yang telah diberikan selama di perkuliahan ini.
7. Beberapa pihak yang tidak bisa disebutkan Namanya satu persatu, penulis ucapkan terima kasih.
8. Terima kasih untuk teman-teman yang sudah mendukung selama perkuliahan salah satunya Wiella, semoga penulis dan teman-teman menjadi orang yang berhasil dalam karir.

Sekian yang bisa penulis sampaikan, mohon maaf apabila ada pihak-pihak yang tidak tertuliskan, dengan segala kerendahan hati penulis amat mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar laporan ini dapat menjadi yang terbaik Akhir kata penulis ucapkan terimakasih, besar harapan penulis agar skripsi ini menjadi penuh manfaat.

Sidoarjo, 24 November 24, 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

### Table of Contents

<b><i>KATA PENGANTAR</i></b> .....	<i>i</i>
<b><i>DAFTAR TABEL</i></b> .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<b><i>DAFTAR GAMBAR</i></b> .....	<i>xi</i>
<b><i>ABSTRAKSI</i></b> .....	<i>xii</i>
<b><i>BAB I</i></b> .....	<i>1</i>
<b><i>PENDAHULUAN</i></b> .....	<i>1</i>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<i>1</i>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<i>16</i>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<i>16</i>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<i>17</i>
<b>A. Manfaat Teoritis</b> .....	<i>17</i>
<b>B. Manfaat Praktis</b> .....	<i>17</i>
<b><i>BAB II</i></b> .....	<i>19</i>
<b><i>TINJAUAN PUSTAKA</i></b> .....	<i>19</i>
<b>2.1 Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	<i>19</i>

<b>2.2 Tinjauan Teori.....</b>	<b>22</b>
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	22
2.2.2 Kualitas Produk .....	23
2.2.3 Harga Produk .....	25
2.2.4 Minat Pembelian Ulang .....	28
2.3.1 Pengaruh Kaulitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	32
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang .....	33
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>35</b>
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>35</b>
<b><i>BAB III.....</i></b>	<b>37</b>
<b><i>METODOLOGI PENELITIAN.....</i></b>	<b>37</b>
<b>3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>37</b>
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	40
<b>3.2 Teknik Penentuan Sampel .....</b>	<b>41</b>
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel .....	42
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>43</b>
3.3.1 Jenis Data .....	43
3.3.2 Sumber Data.....	43

3.3.3	Metode Pengumpulan Data .....	44
<b>3.4</b>	<b>Uji Validitas dan Reanilitas .....</b>	<b>44</b>
3.4.1	Uji Validitas .....	44
3.4.2	Uji Reabilitas.....	45
<b>3.5</b>	<b>Teknik Analisis dan Hipotesis.....</b>	<b>45</b>
3.5.1	Teknik Analisis Data .....	45
3.5.2	Cara Kerja PLS.....	46
3.5.3	Model Spesifikasi PLS.....	47
3.5.4	Langkah-Langkah PLS .....	48
3.5.5	Asumsi PLS.....	54
3.5.6	Ukuran Sampel .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>55</b>
<b>4.2</b>	<b>Deskriptif Hasil Peneltian .....</b>	<b>56</b>
<b>4.3</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>65</b>
<b>4.4.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>81</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>82</b>



<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b><i>DAFTAR LAMPIRAN</i>.....</b>	<b>86</b>
<b>KUESIONER .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PETUNJUK PENGISIAN .....</b>	<b>86</b>
<b>HASIL TABULASI JAWABAN RESPONDEN.....</b>	<b>89</b>
<b>TABEL FREKUENSI DAN HASIL OUTLIER .....</b>	<b>91</b>
<b>HASIL OLAH DATA PLS .....</b>	<b>97</b>
<b>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....</b>	<b>98</b>
<b>Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....</b>	<b>99</b>
<b>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....</b>	<b>100</b>
<b>Latent Variable Correlations .....</b>	<b>100</b>
<b>R Square .....</b>	<b>101</b>
<b>Cross Loading .....</b>	<b>101</b>
<b>AVE .....</b>	<b>102</b>
<b>Composite Reliability .....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share dan Global Shipments by vendor Iphone .....	8
Tabel 1.2 Worldwide smartphone sales to end users by Vendor in 1Q 2020 .....	10
Tabel 1.3 Top Brand Index Iphone 2019,2020,2021 .....	10
Tabel 3.1 Skala pengukuran jawaban responden .....	40
Tabel 3.2 Langkah-langkah PLS .....	52
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	57
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas produk (X1).....	57
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga(X2) .....	60
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang iphone (Y).....	62
Tabel 4.6 Uji Outlier .....	65
Tabel 4.7 Outlier Loadings (Mean, STDEV, T-Values .....	66
Tabel 4.8 Cross Loading .....	68

Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE).....	69
Tabel 4.10 Composite Reliability .....	70
Tabel 4.11 Latent Variable Correlation .....	70
Tabel 4.12 R- Square .....	71
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna smartphone di indonesia .....	3
Gambar 1.2 Data penjualan smartphone online 2020 indonesia .....	4
Gambar 1.3 Data market share smartphone iphone tahun 2020.....	5
Gambar 2.1 kerangka konseptual .....	34
Gambar 3.1 Bentuk diagram jalur PLS .....	48
Gambar 4.1 Outer model dengan factor loading, Path coefficients, dan R-Square.....	72
Gambar 4.2 Inner model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapin.....	76

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
MINAT BELI ULANG IPHONE PADA MAHASISWA GENERASI Z**

Oleh:

Gilang Izdihar

17012010283

**ABSTRAKSI**

Pada era teknologi yang semakin maju seperti saat ini teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat baik dan menuntut untuk setiap orang untuk menerapkan perubshsn teknologi. Perkembangan pada era digital ini membuat setiap orang menggunakan dawai yang dapat terhubung dengan dunia maya dalam mendukung aktivitas sehari-hari. smartphone merek Iphone adalah salah satu kategori dawai yang diminati konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk melihat *pengaruh Kualitas produk dan Persepsi Harga* terhadap *Minat Beli Ulang* Iphone pada Generasi Z. mahasiswa generasi z yang berusia 20-23 tahun. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang diambil adalah sebesar 75 responden. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan adalah *partial least square (PLS)*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Kualitas Produk* adalah faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan *Minat Beli Ulang*.

Sedangkan, *Persepsi Harga* berpengaruh kedua setelah faktor Kualitas Produk pada konsumen dalam melakukan *Minat Beli Ulang Iphone* pada Mahasiswa generasi Z.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang Iphone.*