

SKRIPSI
ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BELI *SMARTPHONE*



Disusun oleh :
CHRISTIAN DARMA SAPUTRA T.
5303015019

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2022

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SMARTPHONE**" benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dinyatakan dalam teks. Seandainya diketahui bahwa laporan skripsi ini ternyata merupakan hasil karya orang lain, maka saya sadar dan menerima konsekuensi bahwa laporan skripsi ini tidak dapat saya gunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 6 Juli 2022

Mahasiswa yang bersangkutan,



Christian Darma Saputra T.

NRP. 5303015019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI *SMARTPHONE*" yang disusun oleh
mahasiswa:

Nama : Christian Darna Saputra T.

Nomor pokok : 5303015019

Tanggal ujian : 23 Juni 2022

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Program Studi
Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik
Industri.

Surabaya, 6 Juli 2022

Ketua Dewan Penguji,



Ir. Dian Trihastuti, S.T., M.Eng., Ph.D.

NIK. 531.20.1222



Dekan Fakultas Teknik

Prof. Suryadi Ismadi, IPU, ASEAN Eng.
NIK: 521.93.0198



Ketua Program Studi Teknik Industri

Ir. Julius Marjono, S.T., M.T., IPM.
NIK: 531.20.0299

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI *SMARTPHONE*" yang disusun oleh
mahasiswa:

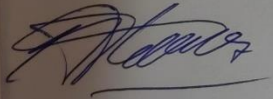
Nama : Christian Darma Saputra T.

Nomor pokok : 5303015019

Tanggal ujian : 23 Juni 2022

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Program studi
Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik
Industri.

Dosen Pembimbing I

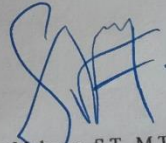


Ir. Martinus Edi Sianto, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0305

Surabaya, 6 Juli 2022

Dosen Pembimbing II



Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.97.0299

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Christian Darma Saputra T.

NRP. : 5303015019

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul "**ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SMARTPHONE**" untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lainnya (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Manadala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 6 Juli 2022

Yang menyatakan,



Christian Darma Saputra T.

NRP. 5303015019

PERNYATAAN SKRIPSI

Yang betandatangani dibawah ini:

Nama Lengkap : Christian Darma Saputra T.
Nomor Pokok : 5303015019
Program Studi : Teknik Industri
Alamat Tetap/Asal : Asembagus III No. 51 / Surabaya
No. Telepon : 082257159316
Judul Skripsi : Analisa Faktor – Faktor yang Mempengaruhi
Minat Beli *Smartphone*
Tanggal Ujian (lulus) : 23 Juni 2022
Nama Pembimbing I : Ir. Martinus Edi Sianto, S.T., M.T., IPM.
Nama Pembimbing II : Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil suatu plagiat. Apabila suatu saat dalam skripsi saya tersebut ditemukan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis terhadap karir saya, seperti pembatalan gelar dari fakultas, dll.
2. Skripsi saya boleh digandakan dalam bentuk apapun oleh pihak Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya sesuai dengan kebutuhan, demi untuk pengemangan ilmu pengetahuan selama penulisan/pengarang tetap dicantumkan.
3. Saya telah mengumpulkan laporan skripsi saya tersebut (pada program studi dan fakultas) dalam bentuk buku maupun data elektronik/cd tersebut. saya bersedia memperbaikinya sampai dengan tuntas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Mengetahui/menyetujui:

Pembimbing I,

Surabaya, 6 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Ir. Martinus Edi Sianto, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0305



Christian Darma Saputra T.

NRP. 5303015019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SMARTPHONE”** pada tanggal 17 Juni 2022 dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Tidak dapat dipungkiri bahwa dibutuhkan usaha yang sangat keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini.

Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Drs. Kuncoro Foe, G.Dip.Sc., Ph.D, Apt selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Prof. Suryadi Ismadji, IPU, ASEAN Eng. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sekaligus sebagai dosen pembimbing II.
4. Bapak Ir. Martinus Edi Sianto, S.T., M.T., IPM. selaku dosen pembimbing I sekaligus pendamping akademik yang tak henti-hentinya membimbing serta menyemangati hingga laporan penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya.

5. Segenap Dosen Program Studi Teknik Industri yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah.
6. Keluarga penulis yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan doa hingga terselesaikannya laporan penelitian ini.
7. Sahabat-sahabat penulis, Martinus, Wicaksono, Vincentius, Diana, Irene, Divo, Ignasius, dan Dimas yang setia memberikan dukungan hingga laporan ini selesai tepat pada waktunya.
8. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu oleh penulis, yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan laporan penelitian ini.

Semoga segala kebaikan semuanya mendapat berkah dari Tuhan Yang Maha Esa. Pada akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, supaya dapat membantu peneliti selanjutnya pada penelitian sejenis. Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membaca.

Surabaya, 8 Juli 2022

Hormat saya,

Christian Darma Saputra T.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II : LANDASAN TEORI.....	5
2.1 <i>Smartphone</i>	5
2.2 Teknik <i>Sampling</i>	7
2.3 Minat Beli	7
2.4 Citra Merek	8
2.5 Persepsi Harga.....	10

2.6	Persepsi Kualitas Produk.....	11
2.7	Promosi	12
2.8	Skala Likert	13
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....		15
3.1	Penentuan Populasi, Sampel, dan Metode <i>Sampling</i>	16
3.2	Pra-Riset.....	16
3.2.1	Penyusunan Pra-Kuesioner	16
3.2.2	Penyebaran Pra-Kuesioner.....	17
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Pra-Kuesioner	17
3.4	Pengambilan Data	18
3.4.1	Penyebaran Kuesioner.....	18
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	18
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	19
3.6.1	Uji Normalitas.....	19
3.6.2	Uji Multikolinearitas	19
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	19
3.7	Analisis.....	20
3.8	Hasil Analisis Data.....	21
3.9	Kesimpulan dan Saran Penelitian.....	21
BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		22
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	22
4.1.1	Gambaran Umum Responden	22
4.1.2	Uji Validitas	22
4.1.3	Uji Reliabilitas	22
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
4.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	23

4.1.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	24
4.1.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	24
4.1.8	Konsumen Mengenal Merek <i>Smartphone</i> Realme.....	25
4.1.9	Media	26
4.1.10	Responden Sebagai Pengguna Produk	26
4.1.11	Merek <i>Smartphone</i> Lain.....	27
4.2	Hasil Pengolahan <i>Cross-tab</i>	28
BAB V : ANALISIS DATA.....		32
5.1	Analisis Variabel (Analisis <i>Cross-tab</i>).....	32
5.1.1	<i>Cross-tab Analysis</i> (Analisis <i>Cross-tab</i>).....	34
5.2	Pengukuran Data Kuesioner (Skala Likert).....	35
5.2.1	Citra Merek	35
5.2.2	Promosi	36
5.2.3	Persepsi Kualitas Produk	37
5.2.4	Persepsi Harga	38
5.2.5	Minat Beli	38
5.3	Uji Asumsi Klasik	39
5.3.1	Uji Normalitas.....	39
5.3.2	Uji Multikolinearitas	40
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	40
5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
5.4.1	Uji F	42
5.4.2	Koefisien Determinasi.....	43
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN		45
6.1	Kesimpulan	45
6.2	Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA..... 46

LAMPIRAN 48

DAFTAR TABEL

Tabel 4.11	<i>Cross-tab</i> Pernyataan Citra Merek 3 – Penghasilan.....	28
Tabel 4.12	<i>Cross-tab</i> Pernyataan Citra Merek 4 – Penghasilan.....	29
Tabel 4.13	<i>Chi-Square</i> Pernyataan Citra Merek 3 – Penghasilan	29
Tabel 4.14	<i>Chi-Square</i> Pernyataan Citra Merek 4 – Penghasilan	30
Tabel 4.15	<i>Cross-tab</i> Pernyataan Citra Merek 1 – Penghasilan.....	30
Tabel 4.16	<i>Chi-Square</i> Pernyataan Citra Merek 1 – Penghasilan	31
Tabel 5.1	<i>KMO and Bartlett's Test</i>	32
Tabel 5.2	<i>Anti-image Matrices</i>	33
Tabel 5.3	<i>Communalities</i>	34
Tabel 5.4	Pernyataan tentang Citra Merek.....	35
Tabel 5.5	Pernyataan tentang Promosi.....	36
Tabel 5.6	Pernyataan tentang Persepsi Kualitas Produk.....	37
Tabel 5.7	Pernyataan tentang Persepsi Harga	38
Tabel 5.8	Pernyataan tentang Minat Beli	38
Tabel 5.9	Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 5.10	Uji Regresi Linier Berganda	41
Tabel 5.11	Hasil Uji F.....	43
Tabel 5.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.1	Uji Validitas Citra Merek.....	48
Tabel 4.2	Uji Validitas Promosi	48
Tabel 4.3	Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.4	Uji Validitas Persepsi Harga	49
Tabel 4.5	Uji Validitas Minat Beli.....	50
Tabel 4.6	<i>Reliability Statistics</i> Citra Merek	50
Tabel 4.7	<i>Reliability Statistics</i> Promosi	50

Tabel 4.8	<i>Reliability Statistics</i> Persepsi Kualitas Produk	51
Tabel 4.9	<i>Reliability Statistics</i> Persepsi Harga	51
Tabel 4.10	<i>Reliability Statistics</i> Minat Beli	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	15
Gambar 4.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	23
Gambar 4.2	Diagram Usia Responden	23
Gambar 4.3	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden.....	24
Gambar 4.4	Penghasilan Responden per Bulan	24
Gambar 4.5	<i>Pie Chart</i> Konsumen Mengenal <i>Smartphone</i> Realme.....	25
Gambar 4.6	<i>Pie Chart</i> Media Mengetahui <i>Smartphone</i> Realme.....	26
Gambar 4.7	<i>Pie Chart</i> Responden Sebagai <i>Smartphone</i> Realme	26
Gambar 4.8	Diagram Pengenalan Merek <i>Smartphone</i>	27
Gambar 5.1	Uji Normalitas	39
Gambar 5.2	Uji Heteroskedastisitas	40

DAFTAR LAMPIRAN

4.1.2 Uji Validitas Pra-kuesioner.....	48
4.1.3 Uji Reliabilitas Pra-kuesioner	50
KUESIONER.....	52

ABSTRAK

Produk *smartphone* selalu berusaha untuk memuaskan para konsumen dengan terus berinovasi sesuai dengan minat konsumen. Tanpa adanya minat beli konsumen, pasar *smartphone* akan mengalami kesulitan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang. Citra merek merupakan pencitraan suatu produk di mata konsumen, di mana promosi dilakukan untuk menarik pelanggan, dengan menonjolkan kualitas dari produk yang dijual dan harga yang sesuai dengan kualitas produk tersebut. Pada penelitian ini, subjek penelitiannya adalah merek *smartphone* pendatang baru yaitu, Realme, kemudian akan dibahas pengaruh dari empat variabel yaitu citra merek, promosi, persepsi harga, dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli konsumen serta bagaimana masyarakat mengenal merek *smartphone* Realme. Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan bantuan *software* SPSS, data kuesioner diolah dan kemudian dianalisa. Pada kesimpulan hasil analisa, diketahui bahwa variabel citra merek, promosi, persepsi harga, dan persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap merek *smartphone* Realme dan mayoritas masyarakat mengenal merek Realme melalui *platform* sosial media.

Kata kunci : *Smartphone*, Minat Beli, Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

Smartphone products are always try to satisfy customers by continuing to innovate according to their interests. Without customer buying interest, the smartphone market will experience difficulties. There are many factors that influence a person's buying interest. Brand image is an image of a product in the eyes of customers, where promotions are carried out to attract customers, by highlighting the quality of the products and prices that match the quality of the product. In this study, the research subject is a newcomer smartphone brand, namely, Realme. Then will discuss the influence of four variables, which are brand image, promotion, price perception, and perception of product quality on customer buying interest and how people know the Realme brand. By using multiple linear regression analysis method and the help of SPSS software, the questionnaire data was processed and then analyzed. At the conclusion of the analysis, it is known that the variables of brand image, promotion, price perception, and perception of product quality have significant effects on customers buying interests in the Realme smartphone brand and the majority of people know the Realme brand through social media platforms.

Keywords : Smartphone, Purchase Interest, Multiple Linear Regression Analysis.