

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK *SMARTPHONE IPHONE***

(Studi Kasus Seluruh Pengguna *Smartphone* Iphone di DI Yogyakarta)

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Magister Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



Disusun Oleh :

ABDUL LATHIEF GIFFARI

NIM : 2207051010

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA


2024

HALAMAN PENGESAHAN
TESIS
ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE


Oleh:
ABDUL LATHIEF GIFFARI
NIM : 2207051010

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal : 08 Maret 2024
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat


Menyetujui,
Ketua Penguji


Dr. Fitroh Achilla, S.E., M.Si., CMA.
NIY. 60010238

Anggota Penguji I


Dr. Sukardi, M.M., CMA.
NIPM. 196007231987031001


Anggota Penguji II


Dr. Salamaton Asakdiyah, M.Si.
NIPM. 1962050219870322001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan




Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.
NIPM. 19700620 199601 011 0784345

**PERNYATAAN PERSETUJUAN TESIS
ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SMARTPHONE IPHONE**



Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si., CMA

NIY. 60010373

Pembimbing II



Dr. Purwoko, M.M

NIP.19701118 201602 111 1414365

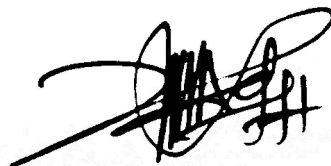
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya selama ini bahwa di dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain dalam hal untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, maka saya bersedia bahwa Tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (MAGISTER MANAJEMEN) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003).

Yogyakarta,

Mahasiswa



ABDUL LATHIEF GIFFARI

NIM. 2207051010

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ABDUL LATHIEF GIFFARI
NIM : 2207051010
Email : mrlathief09@gmail.com
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tugas Akhir : "ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SMARTPHONE* IPHONE "

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda kotak) :

Saya mengizinkan karya tersebut digunakan kedalam aplikasi Repository Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta,

Abdul Lathief Giffari

NIM. 2207051010

Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si., CMA

NIY. 60010373

Pembimbing II

Dr. Purwoko, M.M

NIP.19701118 201602 111 1414365

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(QS. Al-Baqarah ; 2016)

“Dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”

(QS. Yusuf;87)

"The supreme art of war is to subdue the enemy without fighting."

(Seni perang tertinggi adalah menundukkan musuh tanpa pertempuran.)

(Sun Tzu)

"It's not only about how you compete inside the cage, it's about how you live your life outside the cage."

(Ini tidak hanya tentang bagaimana Anda bersaing di dalam kandang, ini tentang bagaimana Anda menjalani hidup Anda di luar kandang.)

(Khabib Nurmagomedov)

“Jangan cuma lihat senangnya, coba rasakan sedihnya. Hidup siapa pun tidak ada yang sempurna”

(Fiersa Besari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia- Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tesis ini dengan baik walaupun masih terdapat banyak kekurangan dalam mengerjakan tesis ini.

Tesis ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya Bapak Giffari dan Ibu Siti Aisyah yang sangat saya cintai serta saya banggakan, terima kasih sudah mendoakan dan mendukung saya secara moral dan juga secara materi. Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang saya atas rasa dan bentuk terima kasih saya.
2. Kakek Nenek saya (H. Hamzah Hum dan Hj. Rostinah) yang sangat saya sayangi serta sangat saya hormati, terimakasih atas tuntunannya selama ini. Tesis ini saya persembahkan untuk kakek dan nenek sebagai bentuk penghormatan.
3. Dosen Pembimbing Tesis Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si., CMA dan Dr. Purwoko, M.M. yang sangat saya hormati, terima kasih sudah meluangkan waktu membantu saya dalam mengerjakan hingga sekarang tesis ini telah diselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu atas jasa dan ilmu yang sangat amat banyak diberikan serta seluruh dosen, staf dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

5. Untuk semua orang yang telah mensupport dan mendoakan saya dalam menyelesaikan tesis ini. Semoga kebaikan kalian menjadi amal jariyah di akhir kelak, aamiin.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah atas segala nikmat, karunia Allah, hidayah dan rahmat-Nya, hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada uswah hasanah, Rasulullah saw, keluarga, sahabat, tabi'in, tabi'at, dan ummatnya yang senantiasa setia dan istiqomah dengan syariat dan dakwah Islam.

Teriring do'a dan rasa terima kasih kepada semua pihak, khususnya dalam menyelesaikan Tesis ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
3. Ibu Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si., CMA selaku ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
4. Ibu Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si., CMA. dan Dr., Purwoko, M.M selaku dosen pembimbing tesis, terima kasih telah memberikan masukan dan arahan yang baik dalam pengerjaan tugas akhir yang penulis kerjakan.
5. Seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Rekan-rekan MM-12 yang sejak awal perkuliahan selalu saling membantu dan saling memberikan semangat.

7. Semua pihak yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, tanpa partisipasinya tentu penelitian ini tidak akan selesai dengan baik.
8. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis yang disusun masih belum sempurna dan masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk meningkatkan kualitas tesis ini di masa yang akan datang. Penulis berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

“Jaza kumullahu Khairan Kasiran”

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.2. Hipotesis Penelitian	19
2.3. Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Populasi dan Sample	37
3.2. Jenis dan Metoda Pengumpulan Data	38
3.3. Skala Pengukuran	39
3.4. Uji Instrumen	41
3.5. Teknik Analisis Data	43
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Analisis Deskripsi Responden	47

4.2. Analisis Hasil Uji Instrumen	53
4.3. Analisis Pengujian Hipotesis	60
4.4. Pembahasan	62
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
5.3. Keterbatasan Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3. 1 Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Indikator tiap variabel	40
Tabel 4. 1 Jumlah dan Presentase Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2 Jumlah dan Presentase Umur Responden	48
Tabel 4. 3 Jumlah dan Presentase Domisili Responden	49
Tabel 4. 4 Jumlah dan Presentase Pekerjaan Responden	50
Tabel 4. 5 Jumlah dan Presentase Pendidikan Terakhir Responden	51
Tabel 4. 6 Jumlah dan Presentase Pendapatan Responden	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen	54
Tabel 4. 8 Nilai Fornell-Lacker Criterion	55
Tabel 4. 9 Hasil Cross Loading	55
Tabel 4. 10 Uji Realibilitas	57
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian R-Square	58
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian F-Square	59
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis Direct	61
Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis Indirect	62
Tabel 4. 15 Uji Normalitas	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Five Brand Smartphone di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Logo iPhone	3
Gambar 4. 1 Model Struktural	58
Gambar 4. 2 Predictive Relevance	60
Gambar 4. 3 Pengujian Hipotesis	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Petunjuk Pengisian	85
Lampiran 1. 2 Variabel Kepercayaan Konsumen	86
Lampiran 1. 3 Variabel Keputusan Pembelian	86
Lampiran 1. 4 Variabel Kepuasan Konsumen	87
Lampiran 1. 5 Daftar Responden	88
Lampiran 1. 6 Deskripsi Responden	91
Lampiran 1. 7 Report SmartPLS	93

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji anteseden (kualitas produk dan kepercayaan konsumen) serta campur tangan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen terhadap smartphone iPhone di DI Yogyakarta, Indonesia.

Studi ini menggunakan analisis Partial Least Square (PLS), suatu metodologi kuantitatif, untuk menganalisis data penelitian. Pengambilan sampel dilakukan secara purposif, dengan 72 responden yang dipilih dari pengguna smartphone iPhone di DI Yogyakarta, yang mewakili populasi penelitian. Formulir Google digunakan untuk manajemen kuesioner online, yang mencakup skala Likert dengan lima kemungkinan jawaban. Analisis data difasilitasi menggunakan smartPLS v.4.0.

Melalui kepuasan konsumen, faktor-faktor seperti kualitas produk dan kepercayaan konsumen. Dengan hasil pengujian kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian, kemudian kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dimediasi oleh keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to examine the antecedents (product quality and consumer trust) and the intervening role of purchasing decisions on consumer satisfaction with iPhone smartphones in DI Yogyakarta, Indonesia. The study employs Partial Least Square (PLS) analysis, a quantitative methodology, to analyze the research data. Sampling is done purposively, with 72 respondents selected from iPhone smartphone users in DI Yogyakarta, representing the study population. Google Forms are utilized for online questionnaire management, incorporating a Likert scale with five possible responses. Data analysis is facilitated using smartPLS v.4.0.

Through consumer satisfaction, factors such as product quality and consumer trust play crucial roles. Testing has shown that product quality does not directly affect satisfaction, while trust significantly and positively influences purchasing satisfaction. Furthermore, both product quality and consumer trust have significant positive effects on purchasing decisions, which in turn significantly and positively affect consumer satisfaction. The impact of product quality and consumer trust on consumer satisfaction is mediated by purchasing decisions.

Keywords : *Product Quality, Consumer Trust, Purchasing Decisions, Consumer Satisfaction*