

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK
MEMBAYAR HARGA PREMIUM PADA PEMBELI
IPHONE DI WILAYAH JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh:
Dwi Putri
NIM. 1122000082

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK
MEMBAYAR HARGA PREMIUM PADA PEMBELI
IPHONE DI WILAYAH JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh:
Dwi Putri
NIM. 1122000082**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dwi Putri

NBI : 1122000082

Judul : Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* Terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium pada Pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur

Surabaya, 24 Juni 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
NPP. 20120930305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 13 Juni 2024:

Dewan Penguji:

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Ketua

2. Drs. Ute Chairus M. Nasution, MS.

Anggota I

3. Dra. Sri Andayani, M.M

Anggota II

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dwi Putri
NBI : 1122000082
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* Terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium pada Pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 24 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Dwi Putri



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Putri
NBI : 1122000082
Fakultas : FISIP
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* Terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium pada Pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Dwi Putri

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya."

(Q.S Al-Baqarah : 286)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan."

(Q.S Al-Insyirah, 94: 5-6)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan."

(Boy Candra)

"God have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth the wait."

"Orang lain nggak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya."

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bunda dan Bapak yang telah tanpa lelah memberikan kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan tiada tara dalam membesarkan dan mendidik saya. Terima kasih atas segala materi yang telah diberikan, sehingga saya dapat melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang perguruan tinggi.
2. Almamater tercinta, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah menjadi tempat saya menimba ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Terima kasih atas bimbingan para dosen dan seluruh civitas akademika yang telah membantu saya berkembang menjadi individu yang lebih baik.
3. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan skripsi ini. Karya ini merupakan hasil dari dedikasi dan kerja keras saya, serta doa dan dukungan dari orang-orang yang saya cintai.

Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri, almamater, dan masyarakat luas.

ABSTRAK

Masyarakat rela untuk mengeluarkan uang lebih untuk suatu produk yang lebih mahal dikarenakan produk tersebut sedang tren di kalangannya. Perkembangan industri teknologi serta adanya perilaku konsumtif yang dimiliki masyarakat Indonesia memicu adanya persaingan dalam dunia usaha. Masing-masing pelaku usaha mencoba untuk bersaing melalui strategi-strategi pemasaran perusahaan dan juga kualitas dari produk yang ditawarkan. Penelitian berjudul "Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* Terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium pada Pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur" bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana *Brand Experience* dan *Brand Image* memengaruhi keinginan konsumen untuk membayar harga premium pada pembeli iPhone di wilayah Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui survei kepada 100 responden di Jawa Timur. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Experience* dan *Brand Image* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif terhadap Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium pada pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur. Dari hasil uji t (parsial), hasil dari kedua variabel terikat yang paling dominan mempengaruhi dengan nilai paling tinggi adalah *Brand Image*. Hal ini karena *Brand Image* mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas, prestise, dan kepercayaan yang dibangun oleh merek iPhone, yang secara signifikan mendorong keputusan konsumen untuk membayar harga lebih tinggi dibandingkan dengan *Brand Experience*, yang lebih berfokus pada pengalaman pribadi konsumen dengan produk.

Kata Kunci: *Brand Experience*, *Brand Image*, Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium, iPhone, dan Jawa Timur.

ABSTRACT

People are willing to spend more money on a more expensive product because the product is trending among them. The development of the technology industry and the consumptive behavior of the Indonesian people have triggered competition in the business world. Each business actor tries to compete through the company's marketing strategies and also the quality of the products offered. The study entitled "The Effect of Brand Experience and Brand Image on Consumer Desire to Pay Premium Prices for iPhone Buyers in the East Java Region" aims to provide valuable insight into how Brand Experience and Brand Image affect consumer desire to pay premium prices for iPhone buyers in the East Java region. This research uses quantitative methods with primary data collected through a survey of 100 respondents in East Java. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that Brand Experience and Brand Image simultaneously (together) had a positive effect on Consumer Desire to Pay Premium Prices on iPhone buyers in the East Java Region. From the results of the t test (partial), the results of the two dependent variables that most dominantly influence with the highest value are Brand Image. This is because Brand Image reflects consumer perceptions of the quality, prestige, and trust built by the iPhone brand, which significantly drives consumer decisions to pay higher prices compared to Brand Experience, which focuses more on consumers' personal experience with the product.

Keywords: *Brand Experience, Brand Image, Consumer Willingness to Pay Premium Price, iPhone, and East Java*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium pada Pembeli iPhone di Wilayah Jawa Timur".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran.
2. Teristimewa Bunda dan Bapak saya, gelar sarjana saya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan penulis berupa moril maupun materil yang tak terhingga serta doa yang tidak putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi Kesehatan dan panjang umur.
3. Kakak dan Mbak yang telah memberikan penulis dukungan dan pengingat bagi penulis agar menyelesaikan studi tepat waktu. Serta keponakan pertama saya yang telah menghibur penulis disaat penyelesaian skripsi dengan kerandoman tingkahnya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku kepala prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sekaligus dosen pembimbing pertama yang terus memberikan motivasi dan arahannya kepada penulis.
5. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang terus memberikan motivasi dan arahannya kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Rekan-rekan Wata17 Agustus yang telah mewarnai kehidupan kuliah selama bertugas menjadi redaksi dan melewati masa akhir kuliah.
8. Rekan-rekan angkatan 2020 program studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan warna pada kehidupan perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak tercantum namanya saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas penyelesaian tugas akhir ini.
10. Jodoh penulis, kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
11. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri "Dwi Putri", yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri, namun

penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat. Perjalanan menuju impian bukanlah lomba *sprint*, tetapi lebih seperti maraton yang memerlukan ketekunan, kesabaran dan tekad yang kuat. Tidak hanya itu disaat kendala "*people come and go*" selalu menghantui pikiran yang selama ini menghambat proses penyelesaian skripsi ini yang juga memotivasi penulis untuk terus ambisi dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah dapat bertahan dan mampu menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu. Terima kasih sudah kuat berjuang selama kerja dan kuliah dirantau untuk mendapatkan gelar sarjana, Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha sampai titik ini dan tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk kedepan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu administrasi bisnis.

Surabaya, 24 Juni 2024

Dwi Putri

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 <i>Brand</i> (Merek).....	19
2.2.2 <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek)	22
2.2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	27
2.2.4 Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium (<i>Cunsumers' Willingness to Pay a Price Premium</i>)	34
2.3 Definisi Konsep dan Operasional	35
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	37
2.4.1 Hubungan <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek) Terhadap Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium (<i>Cunsumers' Willingness to Pay a Price Premium</i>).....	37
2.4.2 Hubungan <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium (<i>Cunsumers' Willingness to Pay a Price Premium</i>)	37
2.4.3 Hubungan <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek) dan <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Keinginan Konsumen Membayar Harga Premium (<i>Cunsumers' Willingness to Pay a Price Premium</i>).....	38
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran	38
2.6 Hipotesis	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	41
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1 Skala Pengukuran	43
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	44
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	46
3.4.1 Jenis Data	46
3.4.2 Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.2 Regresi Linear Berganda	48
3.7 Uji Hipotesis	49
3.7.1 Uji parsial (Uji t)	49
3.7.2 Uji Simultan (Uji F)	49
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Penyajian Data	51
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Karakteristik Responden	56
4.1.3 Uji Instrumen.....	60
4.2 Tabulasi Data	62
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4.3 Analisis Data.....	79
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	83
4.3.3 Teknik Pengujian Hipotesis.....	84
4.4 Pembahasan.....	87
4.3.1 Pengaruh Brand Experience (X1) terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium (Y).....	87
4.3.2 Pengaruh Brand Image (X2) terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium (Y).....	88
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Experience</i> (X1) dan <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium (Y)	88
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Rekomendasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Operasional	36
Tabel 3. 1 Instrument Skala Likert.....	43
Tabel 3. 2 Kelas Interval	44
Tabel 4. 1 Seri iPhone	55
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4. 3 Usia Responden	57
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 4. 5 Kepemilikan Produk Responden.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Brand Experience.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Brand Image.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium	69
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	73
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Image</i>	75
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Jawaban Keinginan Konsumen untuk Membayar Harga Premium	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov Smirnof	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial)	84
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Sosial Media Indonesia (dalam persen).....	2
Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Smartphone di Dunia per Kuartar	4
Gambar 1. 3 Data Penjualan Smartphone di Indonesia	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Logo Apple.....	52
Gambar 4. 2 Deretan Merek Paling Bernilai di Dunia.....	53
Gambar 4. 3 Penjualan Unit iPhone Sebagai Bagian dari Penjualan Smartphone Global (Q3 '07 – Q3 '23).....	54
Gambar 4. 4 Sepuluh Besar Model Smartphone dalam Pengiriman Smartphone Global.....	56
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Model Histogram	80
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot.....	80
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	101
Lampiran 2 Uji Instrumen Data	106
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 5 Uji Hipotesis	110
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi	111
Lampiran 7 Lembar Revisi	113
Lampiran 8 Hasil Turnitin	116