

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME**



Skripsi

Leonardo Jaka Pramudita

00000071505

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Leonardo Jaka Pramudita

00000071505

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Leonardo Jaka Pramudita
NIM : 00000071505
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN SMARTPHONE REALME

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 08 Desember 2025



(Leonardo Jaka Pramudita)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Leonardo Jaka Pramudita
NIM : 00000071505
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT**

PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 08 Desember 2025



Tanda tangan

(Leonardo Jaka Pramudita)

HALAMAN PERSETUJUAN

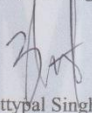
Skripsi dengan judul
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME**

Oleh

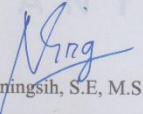
Nama : Leonardo Jaka Pramudita
NIM : 00000071505
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 08 Desember 2025

Pembimbing


Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M,
NIDN: 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E, M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

iii
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi..., Leonardo Jaka Pramudita, Universitas Multimedia
Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

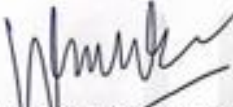
Tugas akhir dengan judul
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME**

Oleh

Nama : Leonardo Jaka Pramudita
NIM : 00000071505
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diperiksa pada hari Selasa, 16 Desember 2023
Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M.
NIDN: 0705069103

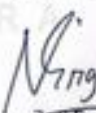
Penguji


Tessa Handra, S.E., M.T.
NIDN: 0322058406

Pembimbing


Dr. Rajesh Pradyipal Singh, S.S., M.M.
NIDN: 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningrum, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Leonardo Jaka Pramudita
NIM : 00000071505
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

NIAT PEMBELIAN SMARTPHONE REALME

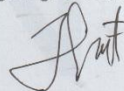
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- o Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)*.

Tangerang, 08 Desember 2025



(Leonardo Jaka Pramudita)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

vi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi..., Leonardo Jaka Pramudita, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN SMARTPHONE REALME

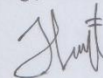
Dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, SE, M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang , 08 Desember 2025



(Leonardo Jaka Pramudita)

vi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi..., Leonardo Jaka Pramudita, Universitas Multimedia Nusantara

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME

Leonardo Jaka Pramudita

ABSTRAK

Persaingan pasar *smartphone* di Indonesia semakin ketat, termasuk bagi Realme yang mengalami perubahan minat beli konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan memahami faktor-faktor yang memengaruhi *Purchase Intention*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Influence*, *Product Price*, *Brand Image*, *Product Features*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Product Support Service* terhadap *Purchase Intention* pengguna *smartphone* Realme. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang disebarakan kepada 220 responden yang memiliki niat beli *smartphone* realme. Teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgemental sampling* digunakan untuk menentukan sampel penelitian. dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui IBM SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence*, *Product Price*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Sementara itu, *Brand Image*, *Product Features* dan *Product Support Service* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor sosial, harga, kegunaan, dan kemudahan penggunaan merupakan pendorong utama niat beli konsumen terhadap Realme. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: *Social Influence*, *Product Price*, *Brand Image*, *Product Features*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Product Support Service*, *Purchase Intention*, Realme.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

FACTORS THAT INFLUENCE THE PURCHASE INTENTION OF REALME SMARTPHONES

Leonardo Jaka Pramudita

ABSTRACT

Competition in the Indonesian smartphone market is becoming increasingly intense, including for Realme, which has experienced changes in consumer purchase intention. This situation requires the company to understand the factors that influence Purchase Intention. This study aims to analyze the effect of Social Influence, Product Price, Brand Image, Product Features, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Product Support Service on the Purchase Intention of Realme smartphone users. The research uses a quantitative method with questionnaires distributed to 220 respondents who have the intention to purchase a Realme smartphone. A non-probability sampling technique with a judgmental sampling method was used to determine the research sample. The data were analyzed using multiple linear regression through IBM SPSS version 27. The results show that Social Influence, Product Price, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use have a positive and significant effect on Purchase Intention. Meanwhile, Brand Image, Product Features, and Product Support Service do not have a significant effect. These findings confirm that social factors, price, usefulness, and ease of use are the main drivers of consumer purchase intention toward Realme smartphones. This research is expected to serve as a reference for the company in formulating more effective marketing strategies.

Keywords: *Social Influence, Product Price, Brand Image, Product Features, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Support Service, Purchase Intention, Realme.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.1.1 Social Influence	17
2.1.2 <i>Product Price</i>	18
2.1.3 <i>Brand Image</i>	19
2.1.4 <i>Product Features</i>	20
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	21
2.1.6 <i>Perceived Ease Of Use</i>	22
2.1.7 <i>Product Support Service</i>	23
2.1.8 <i>Purchase Intention</i>	24

2.2	Model Penelitian	25
2.3	Hipotesis	25
2.4	Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
3.1.1	Realme Di Indonesia	36
3.2	Desain Penelitian	38
3.2.1	Jenis Penelitian	39
3.2.2	Research Data	40
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.5	Operasionalisasi Variabel	48
3.6	Teknik Analisis Data	53
3.6.1	Uji Pre-test dengan Analisis Faktor	54
3.6.2	Uji Instrumen	54
3.6.3	Uji Validitas	54
3.6.4	Uji Reliabilitas	55
3.6.5	Uji Regresi Berganda	55
3.7	Uji Hipotesis	56
3.6.2	Uji Instrumen Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.6.2	Uji Statistik F	57
3.6.2	Uji Statistik T	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Karakteristik Responden	59
4.1.1	Profil Responden	59
4.2	Analisis Statistik	64
4.3	Analisis Deskriptif	65
4.3.1	Tabel Penelitian Variabel	65
4.4	Uji Instrumen	81
4.4.1	Uji Validitas Pre Test	81

4.4.1	Uji Reliabilitas Pre Test.....	82
4.5	Uji Instrumen Main Test	84
4.5.1	Uji Validitas Main Test.....	84
4.5.2	Uji Validitas Main Test.....	87
4.6	Uji Asumsi Klasik	88
4.6.1	Uji Normalitas	88
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas	90
4.6.3	Uji Multikolinearitas	90
4.7	Uji Hipotesis.....	91
4.7.1	Uji Analisis Linier Berganda	91
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	95
4.7.3	Uji Uji Statistik F	95
4.7.4	Uji Statistik T.....	97
4.8	Pembahasan	99
4.9	Implikasi Manajerial.....	104
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1	Simpulan.....	107
5.2	Saran.....	109
DAFTAR	PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN		120

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengguna <i>smartphone</i> di dunia.....	3
Tabel 1.2 Unit Share <i>Smartphone</i> di Indonesia	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terhadulu	32
Tabel 3.1 Tabel Kategori Skala.....	47
Tabel 3.2 Tabel Oprational	48
Tabel 4.1 Tabel Kategori Penilaian Responden	64
Tabel 4.2 Tabel Penilaian Variabel <i>Social Influence</i>	65
Tabel 4.3 Tabel Penilaian Variabel <i>Product Price</i>	68
Tabel 4.4 Tabel Penilaian Variabel <i>Brand Image</i>	70
Tabel 4.5 Tabel Penilaian Variabel <i>Product Features</i>	71
Tabel 4.6 Tabel Penilaian Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	73
Tabel 4.7 Tabel Penilaian Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	76
Tabel 4.8 Tabel Penilaian Variabel <i>Product Support Service</i>	77
Tabel 4.9 Tabel Penilaian Variabel <i>Purchase Intrntion</i>	79
Tabel 4.10 Tabel <i>Pre Test</i> Validitas.....	80
Tabel 4.11 Tabel <i>Pre Test</i> Reliabilitas	82
Tabel 4.12 Tabel <i>Main Test</i> Validitas	84
Tabel 4.13 Tabel <i>Main Test</i> Reliabilitas	87
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	89
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4.16 Tabel Data Analisis Linier Berganda.....	91
Tabel 4.17 Tabel Hasil Koefisien Determinasi.....	95
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Anova	96
Tabel 4.19 Tabel Hasil Uji T	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Device yang di pakai untuk acces internet	3
Gambar 1.6 <i>Top smartphone</i> 2025 in indonesia	6
Gambar 2.1 Mode Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Logo Realme	36
Gambar 3.2 <i>Research Design</i>	38
Gambar 3.3 <i>Sampling Techniques</i>	43
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Gender.....	59
Gambar 4.2 Data usia Responden	60
Gambar 4.3 Data Pendapatan Responden	61
Gambar 4.4 Data Pengguna <i>Smartphine</i> Responden	61
Gambar 4.5 Merek <i>Smartphone</i> Yang Di Gunakan	62
Gambar 4.6 Data Mengetahui merek <i>Smartphone</i> Realme.....	63
Gambar 4.7 Data Ketertarikan untuk menggunakan <i>smartphone</i> Realme.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen	120
Lampiran B Data Pre-Test Validitas	121
Lampiran C Data Pre-Test Reliabilitas	129
Lampiran D Data Main Tes Validitas	133
Lampiran E Data Main Tes Reliabilitas	141
Lampiran F Uji Multikolonieritas,Uji T,Uji R,Uji F	145
Lampiran G Uji Normalitas	146
Lampiran H Kuisisioner.....	147
Lampiran I Hasil Turnitin	166
Lampiran J Jurnal Utama	185
Lampiran K Form AI	196

