

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK IPHONE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

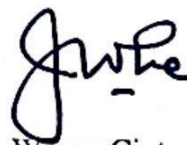
Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Nyoman Pulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Drs. Wayan Cipta, M.M
NIP. 195912311986031019

Skripsi oleh Wayan Tasya Kapati Wadhaniah ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 23 Februari 2022

Dewan Penguji,



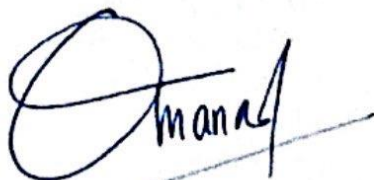
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Drs. Wayan Cipta, M.M
NIP. 195912311986031019

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP. 198502202010121007

(Anggota)


Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 21 April 2022

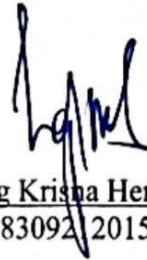
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi
Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Wayan Tasya Kapati Wadhaniah
NIM. 1817041085

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M selaku Pembimbing I sekaligus sebagai Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Drs. Wayan Cipta, M.M selaku Pembimbing II yang dengan penuh tanggungjawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Kepada Bapak dan Ibu tercinta, I Wayan Wanapada dan Ni Wayan Sriadewi serta keluarga besar tersayang yang tiada henti memberikan

semangan, motivasi, dorongan dan doa yang terbaik untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Agus Andryana dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa yang terbaik untuk saya dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat saya Ade, Nadia, Dani, Sukraeni, Windya, Gina, Sagita, Agus Arisadika, Marcel, Sucipta dan Wigi yang selalu memberikan dukungan serta motivasi, semangat dan hiburan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman kelas F Manajemen, kelas 7A Pemasaran dan mahasiswa Jurusan Manajemen yang turut memberikan motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu pada kesempatan ini yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 21 Februari 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Deskripsi Teoritis.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Kualitas Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.1.3 Citra Merek.....	19
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.1.3.2 Dimensi Citra Merek.....	20

2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	20
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	26
2.3.4 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek.....	27
2.4 Kerangka Berpikir.....	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Rancangan Penelitian.....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.4 Sampel Penelitian.....	32
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	39
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	39
3.8.1 Sub struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	39
3.8.2 Sub struktur Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	40
3.8.3 Sub struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Citra Merek (X_2).....	41
3.8.4 Sub struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (X_2)...	42

3.9 Pengujian Mediasi.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Data.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.3 Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.3.2 Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Citra Merek (X_2).....	49
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (X_2).....	50
4.3.5 Pengujian Mediasi Citra Merek (X_2) pada Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.4.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	52
4.4.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	53
4.4.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek pada <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja....	54
4.4.4 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	55
4.4.5 Keterbatasan Penelitian.....	57
4.5 Implikasi.....	57

BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Rangkuman.....	60
5.2 Simpulan.....	62
5.3 Saran.....	63
DAFTAR RUJUKAN.....	65
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2018-2021.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	38
Tabel 3.6 Perhitungan Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 terhadap Y	43
Tabel 4.1 Karakteristik Pengguna <i>Smartphone</i> Iphone Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Pengguna <i>Smartphone</i> Iphone Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 4.3 <i>Output</i> SPSS Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	46
Tabel 4.4 Sumbangan Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 3.1 Sub Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	39
Gambar 3.2 Sub Struktur Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	40
Gambar 3.3 Sub Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Citra Merek (X_2).....	41
Gambar 3.4 Sub Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (X_2).....	42
Gambar 4.1 Struktur Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01	
Tabulasi Data Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap <i>Smartphone</i> Merek Iphone di Kota Singaraja.....	70
Lampiran 02	
Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner secara Total Variabel Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Citra Merek.....	72
Lampiran 03	
Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 04	
Deskripsi Data Responden.....	82
Lampiran 05	
Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	83
Lampiran 06	
Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	86
Lampiran 07	
Hasil Uji Instrumen SPSS 25.0 <i>For Windows</i> Variabel Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	96
Lampiran 08	
Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	103
Lampiran 09	
Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 terhadap Y.....	105