PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNDIKSHA

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

Oleh
Koming Della Aprilia Tri Sagita
NIM 2017041114

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2024

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

Menyetujui,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.	Drs. Wayan Cipta, M.M.
NIP. 197611102014042001	NIP. 195912311986031019

Skripsi oleh Koming Della Aprilia Tri Sagita
dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 03 Juli 2024

Dewan Penguji,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. (Ketua)
NIP. 197611102014042001

Drs. Wayan Cipta, M.M. (Anggota)
NIP. 195912311986031019

Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. (Anggota)
NIP. 198207292010122003

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

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 03 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

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

Sekretaris Ujian,

Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha" 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, 03 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,

Koming Della Aprilia Tri Sagita

NIM: 2017041114

MOTTO

“Tetap Bergerak Maju”

(Della Aprilia)

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si selaku pembimbing 1 dan Bapak Drs. Wayan Cipta, M.M selaku pembimbing 2 yang sangat baik hati dan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, saran, arahan, masukan, motivasi yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada orang tua tercinta I Ketut Sugita dan Ni Nyoman Serni yang telah bekerja keras, penuh pengorbanan dan kesabaran, serta selalu mengiringi setiap langkah saya dengan Doa, hingga saya bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

Kepada saudara-saudara saya tercinta Putu Devie Aris Sagita dan Kadek Dhea Lenny Sagita serta keluarga besar tercinta yang tiada hentinya memberikan semangat dan dorongan moral serta doa-doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini

Kepada seluruh teman-teman dan sahabat yang senantiasa berjuang bersama, memberikan masukan, saran, dan semangat, hingga akhirnya kita bisa bersama-sama menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

-Terima Kasih-

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha".** Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang dengan segala kesabaran, tanggung jawab, dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran, arahan, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Drs. Wayan Cipta, M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, arahan, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal selama perkuliahan.
8. Yang teristimewa Bapak (I Ketut Sugita) dan ibu (Ni Nyoman Serni). Selaku orang tua penulis yang tiada henti dalam memberikan motivasi, doa, dan nasehat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu.

9. Saudari penulis Putu Devie Aris Sagita dan Kadek Dhea Leny Sagita yang selalu mendukung dan selalu menjadi penyemangat bagi penulis.
10. Sahabat penulis Satria, Auliya, Ayu Dani, Ayu Trisna, Dhani, Putri Sidarsi, Radhatya, Rina, Vina dan seluruh teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat dan menghibur selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas dukungan dan motivasi serta semangat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik 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, 03 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i
PRAKATA iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian 7
1.3 Pembatasan Masalah 8
1.4 Rumusan Masalah 8
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian 9

BAB II KAJIAN TEORI 10
2.1 Keputusan Pembelian 10
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian 10
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian 12
2.2 Kualitas Produk 14
2.2.1 Definisi Kualitas Produk 14
2.2.2 Indikator Kualitas Produk 15
2.3 Citra Merek 15
2.3.1 Definisi Citra Merek 15
2.3.2 Indikator Citra Merek 17
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan 17
2.5 Hubungan Antar Variabel 20
2.5.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 20
2.5.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 21

2.5.3 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 21
2.6 Kerangka Berpikir 22
2.7 Hipotesis 23

BAB III METODE PENELITIAN 24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 24
3.2 Rancangan Penelitian 24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian 25
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian 26
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data 27
3.6.1 Metode Pengumpulan Data 27
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data 28
3.6.3 Pengujian Instrumen Penelitian 29
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data 31
3.7.1 Uji Asumsi Klasik 32
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda 33
3.7.3 Koefisien Determinasi 34
3.7.4 Pengujian Hipotesis 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
4.1 Deskripsi Data 36
4.2 Pengujian Asumsi 38
4.2.1 Uji Normalitas 38
4.2.2 Uji Multikolinearitas 39
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 40
4.3 Pengujian Hipotesis 41
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda 41
4.3.2 Koefisien Determinasi ($R2$) 42
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 43
4.3.4 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 46

4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi 46
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 51
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi 54
4.5 Implikasi 57

BAB V PENUTUP 59
5.1 Rangkuman 59
5.2 Simpulan 60
5.3 Saran 61

DAFTAR RUJUKAN 63
LAMPIRAN 67

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 1.1 TOP Brand Index *Smartphone* tahun 2019-2023 2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan 18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian 27
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil 30
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil 31
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin 36
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia 37
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Program Studi 37
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data 38
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas 39
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 41
Tabel 4.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 43
Tabel 4.8 Hasil Uji t 44
Tabel 4.9 Hasil Uji F 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 1.1 Model Black Box Theory 4

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi …… 23

Gambar 4.1 *Scatterplot* …….……...…….. 40

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
UNDIKSHA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

Lampiran 01 Daftar Pertanyaan Kuesioner 68
Lampiran 02 Daftar Pertanyaan Wawancara 72
Lampiran 03 Hasil Wawancara 73
Lampiran 04 Tabulasi Data Kuesioner Awal 74
Lampiran 05 Interval Kuesioner 75
Lampiran 06 Data Penelitian Sampel Kecil 78
Lampiran 07 Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil 81
Lampiran 08 Data Penelitian Sampel Besar 85
Lampiran 09 Karakteristik Responden 90
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik 91
Lampiran 11 Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda 93
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi 94
Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis 95
Lampiran 14 Dokumentasi 96