

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP
IPHONE PADA GENERASI MILENIAL KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Esrawati
180910415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP
IPHONE PADA GENERASI MILENIAL KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



**Oleh:
Esrawati
180910415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Esrawati
NPM : 180910415
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone Pada Generasi Milenial Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik saya yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Juli 2022



Esrawati
180910415

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP
IPHONE PADA GENERASI MILENIAL KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Esrawati
180910415**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 23 Juli 2022



Dr. Suhardi, S.E., M.M

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *brand image*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam, *Brand image* diartikan sebagai sebuah label yang wajib dimiliki perusahaan sebagai tanda pengenal dari produk yang dihasilkan perusahaan tersebut, kualitas produk diartikan sebagai kemampuan yang dapat dinilai sebagaimana produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya, sedangkan keputusan pembelian diartikan sebagai perilaku konsumen yang melakukan pembelian pada sebuah produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan berdasarkan beberapa prosedur. jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan insidental sampling sebanyak 100 responden, diolah dengan menggunakan program SPSS versi 25 dengan hasil penelitian diketahui T hitung sebesar $1,551 < 1,660$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,124 > 0,05$ yang artinya *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam. Kualitas Produk diketahui T hitung $6,860 > 1,660$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam. Kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 54,687 lebih besar 2,70 (f tabel) dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality on purchasing decisions for HP iPhones in the millennial generation of Batam City, Brand image is defined as a label that must be owned by the company as an identification of the products produced by the company, product quality is defined as the ability assessed as the product in carrying out its functions, while the purchase decision is defined as the behavior of consumers who make purchases on a product to meet needs and desires based on several procedures. this type of research is quantitative research using incidental sampling as many as 100 respondents, processed using the SPSS version 25 program with the results of the study known that T count is $1.551 < 1.660$, and the significance value is $0.124 > 0.05$, which means that brand image has no effect on purchasing decisions for cellphones. iphone in the millennial generation of Batam City. Product quality is known to T count $6.860 > 1.660$ and the significance value is $0.000 < 0.05$, which means that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for the iPhone cellphone in the millennial generation of Batam City. Then there is a positive and significant influence simultaneously (together) between brand image and product quality on the purchasing decision of hp iphone in the millennial generation of Batam City, it can be seen from the calculated F value of 54.687 which is greater than 2.70 (f table) and the significance value is $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih pada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S. T., M.I.Kom, selaku PLT Dekan Fakultas Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini, semoga Tuhan Yang Maha Kuasa Membalas kebaikan dan selalu memberkati kita. Amin.

Batam, 23 Juli 2022



Esrawati
180910415



DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR RUMUS | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 9 |
| 1.3 Batasan Masalah | 10 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis | 11 |
| 1.6.2 Manfaat Praktis | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Kajian Teori | 14 |
| 2.1.1 <i>Brand Image</i> | 13 |
| 2.1.1.1 Definisi <i>Brand Image</i> | 13 |
| 2.1.1.2 Indikator <i>Brand Image</i> | 16 |
| 2.1.2 Kualitas Produk | 17 |
| 2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk | 17 |
| 2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk | 18 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.3.2 Indikator Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 25 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 27 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.3.2 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian | 29 |
| 2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 30 |
| 2.4 Hipotesis | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 36 |
| 3.2 Sifat Penelitian | 36 |
| 3.3 Lokasi Dan Periode penelitian | 37 |
| 3.3.1 Lokasi Penelitian | 37 |
| 3.3.2 Periode Penelitian | 37 |
| 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling | 38 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.4.1. | Populasi | 38 |
| 3.4.2. | Sampel..... | 38 |
| 3.4.3. | Teknik Sampling | 39 |
| 3.5. | Sumber Data..... | 40 |
| 3.6. | Metode Pengumpulan Data | 40 |
| 3.7 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 41 |
| 3.7.1 | Variabel Independen (variabel bebas)..... | 41 |
| 3.7.2 | Variabel Dependen (variable terikat)..... | 41 |
| 3.8 | Metode Analisis Data | 43 |
| 3.8.1 | Analisis Deskriptif | 43 |
| 3.8.2 | Uji Kualitas Data..... | 44 |
| 3.8.2.1 | Uji Validitas | 44 |
| 3.8.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 46 |
| 3.8.3 | Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 3.8.3.1 | Uji Normalitas Data | 46 |
| 3.8.3.2 | Uji Multikolinieritas..... | 46 |
| 3.8.3.3 | Uji Heteroskedastisitas..... | 47 |
| 3.8.4 | Uji Pengaruh..... | 47 |
| 3.8.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda | 47 |
| 3.8.4.2 | Analisis Determinasi | 48 |
| 3.9 | Uji Hipotesis..... | 48 |
| 3.9.1 | Uji T | 49 |
| 3.9.2 | Uji F | 49 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 47 |
| 4.1 | Gambaran Objek Penelitian | 47 |
| 4.2 | Deskripsi Karakter Responden..... | 48 |
| 4.2.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 48 |
| 4.2.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| 4.2.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat | 50 |
| 4.3 | Deskripsi Jawaban Responden | 51 |
| 4.3.1 | Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> | 53 |
| 4.3.2 | Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk..... | 54 |
| 4.3.3 | Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... | 56 |
| 4.4 | Analisis Data | 58 |
| 4.4.1 | Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.4.1.1 | Uji Validitas | 58 |
| 4.4.1.2 | Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.4.2 | Deskripsi Variabel Penelitian | 61 |
| 4.4.3 | Uji Asumsi Klasik | 62 |
| 4.4.3.1 | Uji Normalitas Data | 62 |
| 4.4.3.2 | Uji Multikolinieritas | 65 |
| 4.4.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 66 |
| 4.4.4 | Uji Pengaruh..... | 68 |
| 4.4.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda | 68 |
| 4.4.4.2 | Analisis Determinasi | 70 |
| 4.5 | Uji Hipotesis..... | 71 |

| | |
|--|----|
| 4.5.1 Uji T | 71 |
| 4.5.2 Uji F | 72 |
| 4.6 Pembahasan | 73 |
| 4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone Pada Generasi Milenial Kota Batam..... | 73 |
| 4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone Pada Generasi Milenial Kota Batam | 74 |
| 4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone Pada Generasi Milenial Kota Batam | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| 5.1 Kesimpulan | 76 |
| 5.2 Saran..... | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN | 79 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Top 5 Smartphone Companies Worldwide Shipments Market Share And Year-Over Year Growth Q2 2020-Q2 2021 | 5 |
| Tabel 1.2 Data Perbandingan Handphone Harga Diatas 10 Juta..... | 6 |
| Tabel 1.3 Data Penjualan Iphone Di dunia Q2 2017-Q2 2021 | 8 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| Tabel 3.1 Periode Penelitian..... | 34 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 38 |
| Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian..... | 39 |
| Tabel 3.4 Rentang Skala Penelitian..... | 40 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden | 49 |
| Tabel 4.2 Usia Responden..... | 49 |
| Tabel 4.3 Alamat Responden | 50 |
| Tabel 4.4 Statistik Deskriptif | 52 |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> | 53 |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk..... | 54 |
| Tabel 4.7 Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian..... | 57 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas | 59 |
| Tabel 4.9 Indeks Koefisien Reliabilitas..... | 60 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas | 61 |
| Tabel 4.11 Deskriptif Statistik | 62 |
| Tabel 4.12 Data One Sample Kolmogorov Smirnov Test..... | 65 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 66 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 68 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 69 |
| Tabel 4.16 Hasil Analisis Determinasi | 70 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji T | 71 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F | 73 |

DAFTAR RUMUS

| | |
|---|----|
| Rumus 3.1 Sampel Cochran | 30 |
| Rumus 3.2 Rentang Skala | 34 |
| Rumus 3.3 Korelasi Pearson Produk Moment | 35 |
| Rumus 3.4 Teknik Cronbach Alpha | 36 |
| Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda | 38 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 31 |
| Gambar 4.1 Grafik Histogram | 63 |
| Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot | 64 |
| Gambar 4.3 Scatterplot | 66 |