

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Richand
160910014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Richand
160910014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Richand
NPM : 160910014
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 yang saya peroleh di batalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 7 Februari



Richand

160910014

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Richand
160910014**

**Telah disetujui oleh Pembimbing Pada Tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 7 Februari 2020



Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di Kota Batam dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu non probability sampling dengan menggunakan accidental sampling untuk jumlah sampel 96. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan (uji t) dan (uji f) dengan menggunakan software program SPSS versi 22. Hasil koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh 30,7% terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di Kota Batam. Dari hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa $Y = 10,953 + 0,266(X_1) + -0,012(X_2)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di Kota Batam (Sig = 0,000 < 0,05; t-hitung = 4,164), dan citra merek tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di Kota Batam (Sig = 0,917 > 0,05; t-hitung = -0,105). Hasil uji f menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di Kota Batam (Sig = 0,000 < 0,05; f-hitung = 20,579).

Kata Kunci : Citra Merek; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine product quality and brand image that affect the purchase decision of Xiaomi handphone in Batam City with the sampling technique used is non-probability sampling using accidental sampling for the number of samples 96. Data collection method with a questionnaire. The data quality test in this study uses the validity and reliability test, the classic assumption test and the correlation test in this study using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R²), while the hypothesis testing in this study uses (t test) and (f test) using the SPSS software program version 22. The results of the coefficient of determination (R²) obtained are the product quality variables and the brand image that is approved 30.7% of the purchasing decisions of Xiaomi handphone in Batam city. From the results of multiple linear regression shows that $Y = 10.953 + 0.266 (X_1) + -0.012 (X_2)$. T test results indicate product quality has an influence on purchasing decisions for Xiaomi handphone (Sig = 0,000 <0.05; t-count = 4.164), and brand image is not required to significantly influence the purchasing decisions of Xiaomi handphone (Sig = 0.917 > 0.05; t -calculate = -0.105). The f test results show that product quality and simultaneous brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions for Xiaomi handphone in Batam city (Sig = 0,000 <0.05; f-count = 20.579).

Kata Kunci : Brand Image; Product Quality, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada 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 Bisnis 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 kepada:

1. Ibu Dr Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku kepala program studi manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan semua saudara-saudara penulis atas dukungan baik moril maupun material serta doa yang selalu menyertai penulis.
7. Kerabat seperti Oktaviana Pan, Indra, Hendrik dan seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu melimpahkan berkah dan rahmat-Nya kepada mereka yang penulis sebutkan. Jasa-jasa mereka akan tersimpan dalam sanubari penulis sampai ke akhir akhirat.

Batam, 30 Januari 2020

Richand

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Manfaat Teoritis	7
1.6.2. Aspek Praktis	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	8
2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Kualitas Produk	8
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk	8
2.1.1.2. Tujuan Kualitas Produk	9
2.1.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	9

2.1.1.4.Indikator Kualitas Produk	10
2.1.2. Citra Merek	10
2.1.2.1.Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.2.2.Unsur Citra Merek.....	12
2.1.2.3.Fungsi Citra Merek	13
2.1.2.4.Indikator Citra Merek	14
2.1.3. Keputusan Pembelian	14
2.1.3.1.Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3.2.Tahapan Keputusan Pembelian	15
2.1.3.3.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.1.3.4.Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Berpikir	22
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4. Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Definisi Operasional Variabel	25
3.2.1. Variabel Tergantung (Variabel Dependen).....	26
3.2.2. Variabel Bebas (Variabel Independen)	27
3.3. Populasi Dan Sampel.....	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5. Skala Likert	33
3.6. Teknik analisis data.....	34
3.6.1. Analisis Deskriptif	34

3.6.2. Uji Kualitas Data	34
3.6.2.1 Uji Reliabilitas	34
3.6.2.2 Uji Validitas	35
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas	37
3.6.3.2. Uji heteroskedastisitas	38
3.6.3.3. Uji Normalitas	38
3.6.4. Uji Pengaruh	38
3.6.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.6.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	39
3.6.4.3. Uji T (Uji Parsial)	40
3.6.4.4. Uji F (Uji Simultan)	40
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	41
3.7.1. Lokasi Penelitian	41
3.7.2. Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Demografi Responden	42
4.1.1.1. Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.1.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.1.2. Analisis Deskriptif	46
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	46
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X ₂)	47
4.1.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	48
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas	48
4.1.3.1.1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X ₁)	49
4.1.3.1.2. Uji Validitas Variabel Citra Merek	50
4.1.3.1.3. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	50

4.1.3.2.Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.1.3.2.1.Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)	51
4.1.3.2.2.Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2)	51
4.1.3.2.3.Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.4.1.Hasil Uji Normalitas	53
4.1.4.2.Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
4.1.4.3.Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	59
4.1.6.1.Hasil Uji R ²	59
4.1.6.2.Hasil Uji T (Parsial)	60
4.1.6.3.Hasil Uji F (Simultan)	61
4.2. Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1. Diagram Pie Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.3. Diagram Berdasarkan Pie Pendidikan	45
Gambar 4.4. Grafik Normal P-Plot.....	53
Gambar 4.5. Grafik Normalitas	54
Gambar 4.6. Diagram <i>Scatterplot</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. LAPORAN PASAR SMARTPHONE DUNIA DI Q1 2019.....	3
Tabel 1.2. Jumlah Penjualan Produk Xiaomi Dari Januari - September 2019	4
Table 3.1. Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2. Skala Likert (<i>Likert Scale</i>).....	33
Tabel 3.3. Tingkat Validitas.....	37
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	50
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.10. Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.11. Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2)	52
Tabel 4.12. Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.15. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.16. Hasil Uji Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.17. Hasil Uji T	60
Tabel 4.16. Hasil Uji F	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Rumus Cochran	31
Rumus 3.2. Alpha Cronbach.....	35
Rumus 3.3. Rumus Pearson	36
Rumus 3.4. Persamaan Regresi Linear Berganda	38
Rumus 3.5. Koefisien Determinasi	39
Rumus 3.6. T-Hitung	40
Rumus 3.7. Uji F	40