

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
INFINIX DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :
Chris Vellyona
200910010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
INFINIX DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelas Sarjana**



**Oleh:
Chris Vellyona
200910010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Chris Vellyona
NPM : 200910010
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* INFINIX DI 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 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 dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 18 Januari 2023



Chris Vellyona
200910010

**PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
INFINIX DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Chris Vellyona
200910010**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 18 Januari 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mauli Siagian', with a long horizontal line extending to the right.

**Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Industri *smartphone* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, jadi banyak perusahaan yang bersaing kreatif dan inovatif mungkin untuk membuat fitur yang lebih unggul dari tahun-tahun sebelumnya. Pertama kali Infinix memasuki ke Indonesia yakni pada tahun 2015 melalui *smartphone* Infinix seri Note, hal ini juga menandai masuknya Infinix di kawasan kota Batam. Salah satu perusahaan yang mulai berhasil merebut hati pengguna *smartphone* Indonesia adalah Infinix, baik dari teknik pemasarannya maupun teknologi yang ditawarkannya. Hal ini memungkinkan jumlah pengguna *smartphone* Infinix semakin meningkat. Pelanggan dapat tertarik dengan metode pemasaran dan kecanggihan teknologi yang ditawarkan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Infinix di kota Batam. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan rumus Slovin, 100 koresponden Kota Batam dijadikan sebagai responden, sehingga metode pengambilan kuesioner menjadi instrumen. Kuesioner digunakan sebagai pendekatan pengumpulan data. Prosedur analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis dengan menggunakan software SPSS 25. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, Pada *word of mouth* (X_1) terdapat pengaruh positif dengan nilai regresi sebesar 0,250 atau 25% terhadap variabel keputusan pembelian (Y), pada kualitas produk (X_2) terdapat pengaruh positif dengan nilai regresi sebesar 0,624 atau 62,4% terhadap variabel keputusan pembelian (Y), pada *brand image* (X_3) terdapat pengaruh positif dengan nilai regresi sebesar 0,254 atau 25,4% terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Adapun hasil kontribusi untuk variabel *word of mouth*, kualitas produk, dan *brand image* kepada variabel keputusan pembelian sebesar 90,3% atau 0,903 dengan nilai *Adjusted R square* yang dihasilkan. Dengan demikian disimpulkan dengan *word of mouth*, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Kata Kunci : *Smartphone* Infinix, *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

In the increasingly rapidly developing digital era, the smartphone industry has experienced significant growth in recent years, so many companies are competing to be as creative and innovative as possible to create features that are superior to previous years. The first time Infinix entered Indonesia, namely in 2015 through the Infinix Note series smartphone, this also marked Infinix's entry into the Batam city area. One company that is starting to succeed in winning the hearts of Indonesian smartphone users is Infinix, both from its marketing techniques and the technology it offers. This allows the number of Infinix smartphone users to increase. Customers can be attracted by the marketing methods and technological sophistication offered. Offers features and comfort such as an affordable price, metal body, a multitude of advanced functions, wide screen, good multitasking speed, and support for night mode on the camera. This research aims to determine the influence of Word of Mouth, Product Quality and Brand Image on Infinix Smartphone Purchase Decisions in the city of Batam. Quantitative research methods were used in this research. By using the Slovin formula, 100 Batam City correspondents were used as respondents, so that the questionnaire taking method became an instrument. Questionnaires were used as a data collection approach. Data analysis procedures include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests using SPSS 25 software. Based on the results of multiple linear regression, word of mouth (X1) has a positive influence with a regression value of 0.250 or 25% on the purchasing decision variable (Y), on product quality (X2) there is a positive influence with a regression value of 0.624 or 62.4% on the purchasing decision variable (Y), on brand image (X3) there is a positive influence with a regression value of 0.254 or 25.4% of the purchasing decision variable (Y). The contribution results for the word of mouth, product quality and brand image variables to the purchasing decision variable were 90.3% or 0.903 with the resulting Adjusted R square value. Thus, it can be concluded that word of mouth, product quality, and brand image have a simultaneous influence on customers' purchasing decisions.

Keywords: Infinix Smartphone, Word Of Mouth, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Infinix di Kota Batam”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. .

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik akan penulis terima dengan senang hati. Dengan adanya segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak proposal ini tidak akan terwujud. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih dengan segala kerendahan hati kepada

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., MI, Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik;
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua Orang Tua yang selalu mendukung dan mendoakan penulis;
8. Nico Tivano dan teman teman yang selalu mendukung penulis.

Batam, 18 Januari 2023



Penulis



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAC	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	15
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Rumusan Masalah	16
1.5. Tujuan Penelitian.....	17
1.6. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Kajian Teori.....	19
2.1.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	19
2.1.1.1. Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	21
2.1.1.2. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.2. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.1.2.1. Atribut Kualitas Produk	26
2.1.2.2. Indikator Kualitas Produk	27
2.1.3. Pengertian <i>Brand Image</i>	28
2.1.3.1. Dimensi <i>Brand Image</i>	29
2.1.3.2. Indikator <i>Brand Image</i>	30
2.1.4. Pengertian Keputusan Pembelian.....	31

2.1.4.1.	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	33
2.1.4.2.	Indikator Keputusan Pembelian	34
2.2.	Penelitian Terdahulu	37
2.3.	Kerangka Pemikiran	42
2.4.	Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1.	Jenis Penelitian	44
3.2.	Sifat Penelitian	44
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian	44
3.3.1.	Lokasi Penelitian	44
3.3.2.	Periode Penelitian.....	44
3.4.	Populasi dan Sampel	45
3.4.1.	Populasi	45
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sample.....	45
3.4.3.	Teknik Sampling	46
3.5.	Sumber Data.....	46
3.6.	Metode Pengumpulan Data	47
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
3.8.	Metode Analisis Data	48
3.8.1.	Analisis Deskriptif	49
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	49
3.8.2.1.	Uji Validitas	49
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas	50
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3.1.	Uji Normalitas	51
3.8.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.8.3.3.	Uji Multikolienaritas	52
3.8.4.	Uji Pengaruh	52
3.8.4.1.	Analisi Regresi Linear Berganda	52
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R2)	53
3.9.	Uji Hipotesis	53
3.9.1.	Uji T (Uji Parsial)	53
3.9.2.	Uji F (Uji Simultan).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	56
4.2.1.	Data Jenis Kelamin Responden	56
4.2.2.	Data Usia Responden.....	57
4.2.3.	Data Pekerjaan Responden.....	58
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	59
4.3.1.	Deskripsi Balasan Responden Pada Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	59
4.3.2.	Deskripsi Balasan Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X_2)	60
4.3.3.	Deskripsi Balasan Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i> (X_3)	62
4.3.4.	Deskripsi Balasan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
4.4	Analisis Data	64
4.4.1	Hasil Uji Kualitas Data.....	64
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas	64
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	68
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.2.1	Hasil Uji Normalitas	68
4.4.2.2	Hasil Uji Heteroskedastitas	70
4.4.2.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
4.4.3	Uji Pengaruh	72
4.4.3.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	72
4.4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.5	Pengujian Hipotesis.....	74
4.5.1	Hasil Uji t	74
4.5.2	Hasil Uji F	75
4.6	Pembahasan	76
4.6.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.6.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.6.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	80
4.7.1.	Implikasi Teoritis	80
4.7.2.	Implikasi Praktis.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		81

5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Saran.....	81
	DAFTAR PUSTAKA.....	83
	LAMPIRAN 1.....	87
	PENDUKUNG PENELITIAN.....	87
	LAMPIRAN 2.....	127
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	127
	LAMPIRAN 3.....	129
	SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 <i>Histogram</i>	69
Gambar 4.2 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	69
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Negara Dengan Penggunaan <i>Smartphone</i> Terbanyak Di Dunia .	3
Tabel 1.2 Market Share Vendor Ponsel Indonesia 2021	8
Tabel 1.3 Daftar Harga Infinix Tahun 2023	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Variabel Penelitian	47
Tabel 4.1 Rekapitan Responden Dengan Dasar Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Rekapitan Responden Dengan Dasar Usia	57
Tabel 4.3 Rekapitan Responden Dengan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Rekapitan Responden Dengan Penghasilan Sebulan.....	58
Tabel 4.5 Rekapitan Skor Pernyataan <i>Word of Mouth</i> (X_1)	59
Tabel 4.6 Rekapitan Skor Pernyataan Kualitas Produk (X_2).....	61
Tabel 4.7 Rekapitan Skor Pernyataan <i>Brand Image</i> (X_3).....	62
Tabel 4.8 Rekapitan Skor Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X_3)	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1)	68
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.18 Hasil Uji T (Parsial)	74
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan).....	75

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	45
Rumus 3.2 Uji Validitas	49
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	50
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	52