

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI DI ERAFONE
MEGAMALL**

SKRIPSI



**Oleh
Serlih Ratih
200910191**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI DI ERAFONE
MEGAMALL**

SKRIPSI

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



**Oleh
Serlih Ratih
200910191**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Serlih Ratih
NPM : 200910191
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI DI ERAFONE MEGAMALL”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan 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 skripsi 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, 12 Juli 2024



Serlih Ratih
200910191

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI DI ERAFONE
MEGAMALL**

SKRIPSI

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

**Oleh
Serlih Ratih
200910191**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 12 Juli 2024



Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.
Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi membuat setiap orang dapat beraktifitas dengan mudah dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian explanatory research. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan masyarakat yang membeli Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan uji asumsi klasik. Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall. Selain itu citra merek secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall. Pada variabel nilai pelanggan secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall. Dan secara simultan, kualitas produk, citra merek dan nilai pelanggan secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Erafone Megamall.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of communication technology means that everyone can carry out their activities easily and quickly. This research aims to examine the influence of product quality, brand image and customer value on purchasing decisions for Xiaomi Smartphones at Erafone Megamall. This research uses quantitative methods with an explanatory research design. The research sample consisted of 100 respondents who were people who bought Xiaomi Smartphones at Erafone Megamall. Data was collected through an online questionnaire and analyzed using descriptive analysis using the classic assumption test. Based on the data and analysis that has been carried out, this research shows that product quality positively and significantly influences the decision to purchase Xiaomi Smartphones at Erafone Megamall. Apart from that, brand image positively and significantly influences the decision to purchase Xiaomi Smartphones at Erafone Megamall. The customer value variable positively and significantly influences the decision to purchase Xiaomi Smartphones at Erafone Megamall. And simultaneously, product quality, brand image and customer value positively and significantly influence Xiaomi Smartphone purchasing decisions at Erafone Megamall.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Customer Value and Purchasing Decisions.*

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 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 mennyadari 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. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 12 Juli 2024



Serlih Ratih
NPM. 200910191



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	1
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR RUMUS	1
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.2 Citra Merek.....	16
2.1.3 Nilai Pelanggan.....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Sifat Penelitian.....	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	28
3.3.1 Lokasi Penelitian	28
3.3.2 Periode Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	30
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32

3.7	Operasional Variabel	33
3.8	Metode Analisis Data	34
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	34
3.8.2	Uji Kualitas Data	35
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.8.4	Uji Pengaruh	37
3.9	Uji Hipotesis	39
3.9.1	Uji t (Secara Parsial).....	39
3.9.2	Uji F (Secara Simultan)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Profil Responden	41
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	43
4.2.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	48
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.5	Hasil Uji Pengaruh.....	58
4.2.6	Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.3	Pembahasan	63
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.3.3	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	64
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Nilai Pelanggan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4	Implikasi Hasil Penelitian.....	65
4.4.1	Implikasi Teoritis.....	65
4.4.2	Implikasi Praktis	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1	Simpulan	67
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Pangsa Pasar HP Di Indonesia Kuartal 4 Tahun 2020	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas Normal <i>P-P Plot Regression Standardized</i>	57
Gambar 4.1 Uji Normalitas Normal Kurva Histogram	57
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatter Plot</i>	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Produk Xiaomi Dari Januari-Desember 2023	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	33
Tabel 3.3 Operasional Tabel	34
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	35
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Citra Merek (X2)	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Nilai Pelanggan (X3)	48
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Linear Berganda.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	63
Tabel 4.16 Hasil Uji-F.....	65

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Cochran</i>	30
Rumus 3.2 Rentang Skala	35
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	36
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	39