

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Yulyanti

210910035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Yulyanti

210910035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yulyanti

NPM : 210910035

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* 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 didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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. 25 Januari 2025



Yulyanti
210910035

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Yulyanti

210910035

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

Batam, 25 Januari 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dami' with a stylized flourish at the end.

**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Batam. Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengolahan data menggunakan SPSS 30. Analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik responden, termasuk analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antar variabel. Berdasarkan hasil dari uji t dapat diketahui variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-hitung mencapai 2,779 melebihi nilai t-tabel sebesar 1,985, variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-hitung 4,586 melebihi t-tabel sebesar 1,985, dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-hitung sebesar 2,732 lebih tinggi dibandingkan t-tabel sebesar 1,985.

Kata Kunci: Citra merek, *word of mouth*, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of brand image, word of mouth, and product quality on the purchasing decision of Xiaomi smartphones in Batam. The research methodology employed is quantitative, using a survey questionnaire as a data collection tool. The sample was selected using purposive sampling with a total of 100 respondents. Data processing was done using SPSS 30. Descriptive statistical analysis was used to describe the respondent characteristics, while multiple linear regression analysis was applied to test the relationships between the variables. Based on the t-test results, it was found that the brand image variable significantly influences purchasing decisions with a t-value of 2.779, exceeding the t-table value of 1.985. Word of mouth variable also significantly impacts purchasing decisions, with a t-value of 4.586, surpassing the t-table value of 1.985. Additionally, product quality variable has a significant effect on purchasing decisions with a t-value of 2.732, higher than the t-table value of 1.985.

Keywords: *Brand image, word of mouth, product quality, purchasing decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan 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 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 Putra Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putra Batam;
6. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang terus memberikan doa, dukungan, dan semangat selama penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 Januari 2025



Yulyanti



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Definisi Teori.....	12
2.1.1. Citra Merek	12
2.1.1.1. Definisi Citra Merek	12
2.1.1.2. Dimensi-dimensi Utama Citra Merek	13
2.1.1.3. Tipe Citra Merek	15
2.1.1.4. Indikator Citra Merek.....	16
2.1.2. <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.2.1. Definisi <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.2.2. Bentuk-bentuk <i>Word of Mouth</i>	19

2.1.2.3.	Jenis <i>Word of Mouth</i>	19
2.1.2.4.	Indikator <i>Word of Mouth</i>	20
2.1.3.	Kualitas Produk.....	21
2.1.3.1	Definisi Kualitas Produk.....	21
2.1.3.2.	Dimensi Kualitas Produk	22
2.1.3.3.	Tingkat Produk.....	23
2.1.3.4.	Indikator Kualitas Produk	24
2.4.	Keputusan Pembelian.....	25
2.4.1.	Definisi Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2.	Faktor Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.1.4.1.	Indikator Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2.	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.4.	Pengaruh Citra Merek, <i>Word Of Mouth</i> , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III		35
METODE PENELITIAN		35
3.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.2.	Sifat Penelitian	35
3.3	Periode Penelitian.....	36
3.4.	Populasi dan Sampel	36
3.4.1.	Populasi	36
3.4.2.	Sampel.....	37
3.5.	Sumber Data.....	38
3.5.1.	Data Primer	38
3.5.2.	Data Sekunder	38
3.6.	Metode Pengumpulan Data	39
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	40

3.7.1.	Variabel Bebas (Independen)	40
3.7.2.	Variabel Terikat (Dependen)	40
3.8.	Metode Analisis Data	42
3.8.1.	Analisis Deskriptif	42
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	43
3.8.2.1.	Uji Reliabilitas	43
3.8.2.2.	Uji Validitas.....	44
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	45
3.8.3.1.	Uji Multikolinieritas.....	45
3.8.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.8.3.3.	Uji Normalitas.....	45
3.8.4.	Uji Pengaruh.....	46
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	46
3.9.	Uji Hipotesis.....	47
3.9.1.	Uji T (Uji Parsial).....	47
3.9.2.	Uji F (Uji Simultan)	48
BAB IV		48
HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1.	Hasil Penelitian	48
4.1.1.	Hasil Deskripsi Responden	48
4.1.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.1.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.2.	Hasil Analisis Deskriptif	50
4.1.2.1.	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	50
4.1.2.2.	Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2).....	52
4.1.2.3.	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	53
4.1.2.4.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data	57
4.1.3.1.	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.1.3.2.	Hasil Uji Validitas	58

4.1.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.4.1.	Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.1.4.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.1.4.3.	Hasil Uji Normalitas	61
4.1.5.	Hasil Uji Pengaruh	63
4.1.5.1.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.1.5.2.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	65
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis	66
4.1.6.1.	Hasil Uji T (Uji Parsial)	66
4.1.6.2.	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	68
4.2.	Pembahasan.....	69
4.2.1.	Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.2.2.	<i>Word of Mouth</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian .	70
4.2.3.	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.4.	Citra Merek, <i>Word of Mouth</i> Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
BAB V		72
KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1.	Kesimpulan	72
5.2.	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Top Brand Index <i>Smartphone</i> Tahun 2023 & 2024.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Grafik Histogram	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Smartphone</i> Tahun 2023 & 2024.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	39
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Citra Merek	50
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Word of Mouth.....	52
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Lemeshow	37
Rumus 3. 2 Rumus Reliabilitas	43
Rumus 3. 3 Rumus Validitas	44
Rumus 3. 4 Rumus Regresi Linier	46
Rumus 3. 5 Rumus Adjusted R2.....	47
Rumus 3. 6 Rumus Uji T.....	47
Rumus 3. 7 Rumus Uji F	48
Rumus 4. 1 Rumus Regresi Linier Berganda.....	63