

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI *HANDPHONE* XIAOMI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Agi Aryarrahim

Nim : 43111010260

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agi Aryarrahim

NIM : 43111010260

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Agustus 2016



43111010260

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

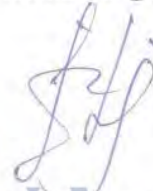
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agi Aryarrahim
NIM : 43111010260
Program Studi : Manajemen – S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra
Merek terhadap Minat Beli *Handphone* Xiaomi
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA)

(Tri Wahyono, SE, MM)

Tanggal : 7/9/2016

Tanggal : 31-08-2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

(Dr. Rina Astini SE, MM)

Tanggal : 13/9/2016

Tanggal : 9/9 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh kualitas produk, Harga, dan citra merek terhadap minat beli handphone Xiaomi”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan peran serta dari berbagai macam pihak, sulit penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya Rohadin dan Siti Rukoyah serta adik-adik ku vani, alya dan tita yang telah memberikan doa, memberi dukungan, semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
2. Bapak Dr.Ir. Aris setyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Bapak Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.

5. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti Maheswari, SE., M, Si selaku sekertaris I dan sekertaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Terima Kasih pada yang Terkasih Lulu Yulianti Syamsudin yang selalu memberi semangat, dukungan baik moral maupun pernyataan, rasa cinta, kepedulian dan kasih sayang yang tulus dan banyak hal lain sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Untuk Sahabat-Sahabat terdekat saya dan seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi Rara Sukma Anindya, Al ambiya Nur Fauzi, Alfiansyah, Tika W. Suryadi, Patar Pakpahan, M. Tanyo Widyatama.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Jakarta, 11 Agustus 2015

Agi Aryarrahim

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian	9
C. Rumusan Masalah Penelitian	9
D. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
1.1 Konsep Pemasaran	12
2. Kualitas Produk.....	13
2.1 Dimensi Kualitas Produk.....	15
3. Harga	17
3.1 Tujuan penetapan harga	18
3.2 Indikator Harga	19
4. Citra Merek	19

4.1 Pengertian Citra Merek	21
4.2 Manfaat Citra Merek	26
5. Minat Beli	27
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Rerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
1. Waktu Penelitian	34
2. Tempat Penelitian.....	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Operasionalisasi Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi Penelitian.....	40
2. Sampel Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Wawancara	41
2. Kuisisioner (Angket)	41
G. Jenis Data	42
H. Metode Analisis	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Uji Kualitas Data	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	43
3. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Multikolonieritas	44

c. Uji Heteroskedastisitas	45
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45
5. Uji Hipotesis	47
a. Uji T (Pengujian Secara Parsial)	47
b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)	47
c. Koefisien Determinasi	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Tempat dan Waktu penelitian	50
2. Karakteristik Profil Responden	50
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	52
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
1. Hasil Uji Validitas.....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas	56
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
1. Hasil Uji Normalitas Data	57
2. Hasil Uji Multikolinieritas	58
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
D. Hasil Uji Hipotesis	60
1. Uji F (pengujian secara simultan)	60
2. Analisis Regresi Linier Berganda	60
3. Uji t (pengujian secara parsial)	62
4. Uji Koefisien Determinasi	63
E. Pembahasan dan Hasil Penelitian	63

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	65
	B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		70



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Jenis dan Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi	6
2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
3.1	Oprasionalisasi Variabel.....	37
3.2	Skala Ordinal	39
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2	Deskripsi Responden Berdasarakan Usia	52
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	53
4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	54
4.5	Hasil Uji Validitas Harga (X_2).....	54
4.6	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_3).....	55
4.7	Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	55
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.9	Hasil Uji Normalitas Data	57
4.10	Hasil Uji Multikolonieritas	58
4.11	Hasil Uji F.....	60
4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.13	Hasil Uji t (secara Parsial).....	62
4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Daftar Top 5 Penjualan Smartphone terbaik Q2 2015	4
2.1	Rerangka Pemikiran	32
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	71
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden	76
Lampiran 3	Hasil Kuesioner	77
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	88
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi klasik	90
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis.....	92

