

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, FITUR, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE XIAOMI*

SKRIPSI



Nama : Dendy Aditya Prayoga  
NIM : 43117110158

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Mercu Buana  
Jakarta  
2021

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, FITUR, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI**

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

Jakarta



Nama : Dendy Aditya Prayoga

NIM : 43117110158

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Mercu Buana

Jakarta  
2021

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dendy Aditya Prayoga

NIM : 43117110158

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Oktober 2021



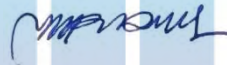
Dendy Aditya Prayoga  
43117110158

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dendy Aditya Prayoga  
NIM : 43117110158  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas, Fitur, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi  
Tanggal Sidang : 12 Januari 2022

Disahkan oleh :  
Pembimbing



Dr. Tafiprios, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Manajemen

Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA  
02220934



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas, Fitur, Citra Merek Terhadap Keputusan *Smartphone* Xiaomi”. Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis hanturkan Alhamdulillah dan ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM selaku dosen pembimbing dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Orang Tua, adik serta keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, do'a, serta dukungan moral dan material yang tiada henti kepada penulis.
6. Teman seperjuangan penulis, seluruh teman-teman S1 Manajemen angkatan 2017.
7. Dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam membantu para mahasiswa.
8. Para responden serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu demi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Oktober 2021

Dendy Aditya Prayoga

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
1.1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	12
1.2. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen .....	15
2.1. Definisi Perilaku Konsumen .....	15
2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	16
3. Persepsi Kualitas .....	20
3.1. Definisi Persepsi Kualitas .....	20
3.2. Dimensi dan Indikator Persepsi Kualitas .....	22
4. Fitur .....	25
4.1. Definisi Fitur .....	25

4.2.	Dimensi dan Indikator Fitur .....	26
5.	Citra Merek .....	28
5.1.	Definisi Citra Merek .....	28
5.2.	Definisi Keputusan Pembelian .....	31
5.3.	Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	33
5.4.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	37
6.	Penelitian Terdahulu .....	40
B.	Pengembangan Hipotesa .....	43
1.	Hubungan Antar Variabel .....	43
2.	Kerangka Konseptual .....	44
3.	Hipotesis .....	46
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	47
B.	Desain Penelitian .....	47
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	48
1.	Definisi Variabel .....	48
2.	Operasionalisasi Variabel .....	50
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	52
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
1.	Populasi Penelitian .....	53
2.	Sampel Penelitian .....	53
F.	Metode Pengumpulan Data .....	55
G.	Metode Analisa Data .....	56
1.	Evaluasi Measurement (outer) Model .....	57
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A.	Gambaran Umum .....	60
1.	Profil Obyek Penelitian .....	60



2. Deskripsi Responden.....	61
3. Deskripsi Variabel .....	63
B. Analisis Data.....	68
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	68
2. Evaluasi Model Struktur/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	75
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Panjualan Smartphone 2019-2020.....	3
Tabel 1. 2 Tabel Perbandingan Oppo dan Xiaomi .....	4
Tabel 1. 3 Tabel Perbandingan Market Share Smartphone 2018-2019.....	5
Tabel 1. 4 Tabel Hasil Survei Pendahuluan .....	7
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel .....	50
Tabel 3. 2 Tabel Instrumen Skala Likert.....	53
Tabel 4. 1 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4. 2 Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 3 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
Tabel 4. 4 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat ini.....	62
Tabel 4. 5 Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas .....	64
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Variabel Fitur .....	65
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek .....	66
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4. 10 Hasil Nilai Loading Factor.....	70
Tabel 4. 11 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	71
Tabel 4. 12 Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i> .....	72
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Cross Loading.....	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 4. 15 Nilai Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai Predictive Relevance (Q2) .....	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	45
Gambar 4. 1 Hasil Outoput Diagram Jalur.....	69
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping .....	78

