

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI**

SKRIPSI



Nama : Malik Prasetyo

NIM : 43118010129

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI 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 : Malik Prasetyo

UNIVERSITAS

NIM : 43118010129

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2022

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Malik Prasetyo  
NIM : 43118010129  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli *Smartphone*  
  
Tanggal Sidang : 30 Maret 2023

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Yanto Ramli, MM)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si,AK)

Ketua Program Studi

S-1 Manajemen



(Dudi Permana, MM, Ph.D)

LPTA 04232278



Please Scan QRCode to Verify

# SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Malik Prasetyo

NIM : 43118010129

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Oktober 2022



Malik Prasetyo  
NIM : 43118010129

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli smartphone Xiaomi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan smartphone Xiaomi baik pria maupun Wanita yang berusia 21-25 tahun. Metode pengumpulan data menggunakan jenis kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 165 responden, dihitung *maximum likelihood estimation*. Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik penarikan sampel yaitu *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dan Google Form, dengan instrument penelitian yaitu kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of price, promotion and product quality on the intention to buy Xiaomi smartphones. The population in this study are consumers who use Xiaomi smartphones, both men and women aged 21-25 years. Methods of data collection using quantitative types with primary data. The sample used is 165 respondents, the maximum likelihood estimation is calculated. The sampling method uses nonprobability sampling with the type of sampling technique that is convenience sampling. Methods of data collection using survey methods and Google Forms, with research instruments, namely questionnaires. Methods of data analysis using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that Price, Promotion and Product Quality have a positive and significant influence on the intention to buy Xiaomi Smartphones.*

*Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Buying Interest*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan wawasan.
8. Kedua Orang Tua, Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa dan dukungan serta material maupun moral yang tiada henti kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 21 Oktober 2022

Malik Prasetyo



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....</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>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Masalah.....	6
D. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Pemasaran .....	8
2. Minat Beli .....	9
3. Harga.....	12
4. Promosi .....	15
5. Kualitas Produk.....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Hubungan Antar Variabel .....	24
1. Hubungan Harga terhadap Minat Beli .....	24
2. Hubungan Promosi terhadap Minat Beli.....	25
3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	26
4. Kerangka Konseptual.....	27
D. Pengembangan Hipotesis.....	27

<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
1. Waktu Penelitian.....	29
2. Tempat Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	30
1. Definisi Variabel.....	30
2. Operasional Variabel.....	31
D. Pengukuran Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Metode Analisis Data.....	36
<b>BAB IV.....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	41
1. Deskripsi Responden.....	41
2. Deskripsi Variabel.....	45
C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	49
1. Pengujian Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	49
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli <i>smartphone</i> Xiaomi.....	65
2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli <i>smartphone</i> Xiaomi.....	65
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli <i>smartphone</i> Xiaomi.....	65
<b>BAB V.....</b>	<b>66</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 5 Besar Penguasa Pasar Smartphone Global Kuartal IV-2020 .....	3
Tabel 1. 2 Pra Survei .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	34
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	41
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	42
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 4. 4 Penghasilan Per Bulan .....	44
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	45
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	46
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	47
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	48
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	52
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) .....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) .....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) .....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) .....	59
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reability dan Cronbach's Alpha .....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	61
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis .....	63

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka konseptual.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS.....	51
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	54
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pra Survey .....	72
Lampiran 2 : Kuisisioner .....	73
Lampiran 3: Hasil Karakteristik Responden .....	77
Lampiran 4 : Karakteristik Jawaban Responden.....	79
Lampiran 5 : Evaluasi Model Pengukuran (Outher Model).....	81



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA