

**PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI YANG
DIMEDIASI OLEH WORD OF MOUTH**

SKRIPSI



Lewi Michael

NIM : 43118110378

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI YANG
DIMEDIASI OLEH WORD OF MOUTH**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Bisnis Jurusan
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Lewi Michael

NIM : 43118110378

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

i

<https://lib.mercubuana.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lewi Michael

NIM : 43118110378

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Juni 2023



SEPLULUH RIBU RUPIAH
10000
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
B4EEFAKX291793095

Lewi Michael

43118110378

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lewi Michael
NIM : 43118110378
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi
yang Dimediasi Oleh Word Of Mouth
Tanggal Lulus Ujian : 7 Juni 2023

Mengesahkan:


Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 06232537



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas segala rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan Sepat waktu. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI YANG DIMEDIASI OLEH WORD OF MOUTH”** ini dibuat dengan tujuan untuk mengikuti sidang akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan dapat terwujud bila tidak ada dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penyelesaian Skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, universitas Mercubuana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D yang saya hormati selaku ketua program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Syafrizal Chan, SE., M.Si yang saya hormati selaku dosen pembimbing atas segala waktu, tenaga, dan kesempatan dalam setiap bimbingan.

5. Bapak Dr. Mochamad Soelton, S.Psi., MM., CHRMP., Psikolog selaku dosen ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini

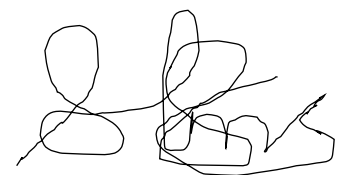
6. Bapak Dr. Zulfitri, MP., M.M selaku dosen penguji II ujian akhirs skripsi, yang telah memberikan arahan untuk proses perbaikan skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.

8. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana atas segala ilmu pengetahuan yang sangat berguna dalam proses penulisan Skripsi ini.

Skripsi ini seutuhnya merupakan tanggung jawab penulis. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik , saran, dan usulan demi perbaikan karya tulis ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Juni 2023



Lewi Michael

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Keputusan Pembelian	20
2. Word of Mouth	27
3. Kualitas	33
4. Harga	39
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	57
D. Hipotesis Penelitian	62
BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Waktu dan Tempat Penelitian	64
B. Desain Penelitian	64

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	66
1. Definisi Variabel	66
2. Operasionalisasi Variabel	68
D. Skala Pengukuran	72
E. Populasi dan Sampel	73
1. Populasi	73
2. Sampel	74
F. Metode Pengumpulan Data	76
1. Kuesioner	76
2. Studi Pustaka	77
G. Metode Analisis Data	77
1. Uji Pengukuran Model	77
2. Uji Model Struktural	79
3. Uji Specific Indirect Effects	81
4. Uji Hipotesis	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	88
A. Analisis Deskriptif	88
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	88
2. Deskripsi Variabel Keputusan Konsumen	89
3. Deskripsi Variabel WOM	92
4. Deskripsi Variabel Kualitas	95
5. Deskripsi Variabel Harga	98
B. Analisis Data	103
1. Hasil Uji Pengukuran Model	102
2. Hasil Uji Model Struktural	108
3. Hasil Uji Specific Indirect Effects	114
C. Pembahasan	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran	136
1. Bagi Perusahaan Xiaomi	136
2. Bagi Penelitian Selanjutnya	138
DAFTAR PUSTAKA	139

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Definisi Operasional	68
Tabel 4.1	Indikator Keputusan Pembelian	89
Tabel 4.2	Indikator Word Of Mouth	93
Tabel 4.3	Indikator Kualitas	96
Tabel 4.4	Indikator Harga	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Pertumbuhan Pengguna Smartphone 1994-2021	3
Gambar 1.2	Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia	3
Gambar 1.3	Hasil Pra Survey – Responden Yang Tidak Pernah Melihat Iklan Xiaomi di TV	10
Gambar 1.4	Total Pengiriman Global Ponsel Pintar per Kuartal I	13
Gambar 1.5	Indonesia Smartphone Shipments Share by Brand, Q2 2021 vs Q2 2020	14
Gambar 2.1	Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen	21
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	61
Gambar 4.1	Data Indikator Konsumen	88
Gambar 4.2	Kerangka Kerja	101
Gambar 4.3	Outer Loading	102
Gambar 4.4	Average Variance Extracted	102
Gambar 4.5	Forner Larcker Criteria	103
Gambar 4.6	Cross Loadings	103
Gambar 4.7	Forner Larcker Criteria II	105
Gambar 4.8	Cross Loadings II	105
Gambar 4.9	Outer Loading II	106
Gambar 4.10	Average Variance Extracted II	107
Gambar 4.11	Composite Realibility	107

Gambar 4.12	R Square	109
Gambar 4.13	Path Coefficients	110
Gambar 4.14	T Statistic	111
Gambar 4.15	Construct Crosvalidated Redudancy	112
Gambar 4.16	Model Fit	113
Gambar 4.17	Spesific Indirect Effects	115

