

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mercu Buana Jakarta)**

**SKRIPSI**



Nama : Ahmad Dihan

Nim : 43119010056



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

# **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana Jakarta )

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Dihan

NIM :43118010056

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa 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 dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Tangerang, 13 Agustus 2024



Ahmad Dihan

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dihan  
NIM : 43119010056  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta)  
Tanggal Sidang : 07 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hasan Nuryadi, M.Ec., B.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244088



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan desain penelitian dalam penelitian ini adalah kausal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling serta jumlah konsumen dalam penelitian ini adalah 200 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan instrument kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square (Smart-Pls)* versi 3.0 PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan analisis data maka penelitian ini memiliki hasil bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

This study analyzes the influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Xiaomi Smartphones among management students of the Faculty of Economics and Business at Mercu Buana University, Jakarta. The method used in this research is a quantitative method, and the research design is causal. The sampling technique used in this study is purposive sampling, and the number of consumers in this study is 200 respondents. The data collection method employed in this research is a questionnaire instrument. The data analysis method uses Partial Least Square (Smart-PLS) version 3.0. Based on the data analysis, this study finds that brand image has a significant positive influence on purchase decisions, price has a significant positive influence on purchase decisions, and product quality has a significant positive influence on purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis) ”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, PhD., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Hasan Nuryadi, M.Ec, B.Sc, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang telah sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini
5. Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen metodologi penelitian
6. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen
7. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2019, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini

8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta Bapak Edi Junaedi, serta Ibunda tercinta Ifroh Abdurani atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti
9. Terima kasih kepada Sari Putri Arianti, terima kasih telah memberi dukungan kepada peneliti yang sedang merasa putus asa dalam mengerjakan penelitian skripsi ini, terima kasih telah mau menemani di masa – masa sulit peneliti, dan terima kasih sudah menjadi bagian yang menyenangkan dari proses pendewasaan peneliti, dan terima kasih telah memberikan waktu serta perhatian yang sangat berkesan bagi peneliti dimasa usia muda peneliti.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Tangerang 26, Juli 2024



Ahmad Dihan



# 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 .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>14</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>D. Kontribusi Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
<b>A. Kajian Pustaka .....</b>	<b>16</b>
1. Manajemen Pemasaran .....	16
2. Perilaku Konsumen.....	17
3. Citra Merek .....	22
4. Harga.....	25
5. Kualitas Produk.....	31
6. Keputusan Pembelian.....	33
7. Penelitian Terdahulu .....	37
<b>B. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>46</b>
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
<b>C. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>48</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>51</b>
1. Waktu Penelitian .....	51

2. Tempat Penelitian .....	51
<b>B. Desain Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>C. Definisi dan Operasional Variabel .....</b>	<b>52</b>
1. Definisi Variabel.....	52
2. Operasioanalisis Variabel.....	53
<b>D. Skala Pengukuran.....</b>	<b>59</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>59</b>
1. Populasi Penelitian.....	59
2. Sampel Penelitian.....	60
<b>F. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>61</b>
<b>G. Metode Analisis Data.....</b>	<b>62</b>
1. Analisis Deskriptif .....	62
2. Uji Instrumen .....	63
3. Analisis Partial Least Square (PLS).....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>68</b>
1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	69
<b>B. Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>70</b>
1. Citra Merek .....	70
2. Harga.....	72
3. Kualitas Produk.....	74
4. Keputusan Pembelian.....	75
<b>C. Hasil Pengujian Instrumen .....</b>	<b>77</b>
1. Uji Validitas .....	77
2. Uji Reliabilitas .....	81
<b>D. Uji Hipotesis .....</b>	<b>85</b>
1. Uji Hipotesis Pertama .....	86
2. Uji Hipotesis Kedua.....	86
3. Uji Hipotesis Ketiga.....	87
<b>E. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>87</b>
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	87
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	88
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>90</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>90</b>

<b>B. Saran</b> .....	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>102</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 3. 2 Operasional Harga .....	55
Tabel 3. 3 Operasional Kualitas Produk .....	57
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 3. 5 Skala Likert.....	59
Tabel 4. 1 Deskripsi Obejek Penelitian Variabel Citra Merek .....	71
Tabel 4. 2 Deskripsi Obejk Penelitian Variabel Harga.....	73
Tabel 4. 3 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Kualitas Produk.....	74
Tabel 4. 4 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loadings</i> .....	77
Tabel 4. 6 Hasil Analisis <i>Avarage Variance Extracted</i> .....	78
Tabel 4. 7 Hasil <i>Cross Loadings</i> .....	79
Tabel 4. 8 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha (CA)</i> .....	82
Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Composite Reliability (CR)</i> .....	82
Tabel 4. 10 Hasil <i>Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)</i> .....	83
Tabel 4. 11 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikansi (Uji F).....	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis.....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pasar <i>Smartphone</i> Indonesia, 5 Pengiriman Perusahaan Teratas, Pangsa Pasar, dan Pertumbuhan YoY, 2021 (Pengiriman dalam Jutaan).....	4
Gambar 1. 2 Pasar <i>Smartphone</i> Indonesia, 5 Besar Pengiriman Perusahaan, Pangsa Pasar, dan Pertumbuhan YoY, 2022 (Pengiriman dalam jutaan).....	5
Gambar 1. 3 Pengiriman <i>Smartphone</i> di Indonesia tahun 2021 -2022 .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 4. 1 Logo Xiaomi .....	68
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	85

