



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK,
PRESEPSI HARGA, DAN PELAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
MEREK XIOMI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

ASKA DWI SAHRA

41218078

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA, DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK XIOMI**

Oleh:

Nama : **ASKA DWI SAHRA**

NIM : **41218078**

Program Studi : **SI Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Proposal Skripsi pada tanggal Bulan tahun

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M.

NIDN. 0621058902

Dosen Penelaah/Penguji I

Sarah Dien Hawa, S.E., m.Si

NIDN. 0622059001

Dosen Penelaah/Penguji II

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si

NIDN. 067098601

Tanda Tangan -
.....
.....
.....

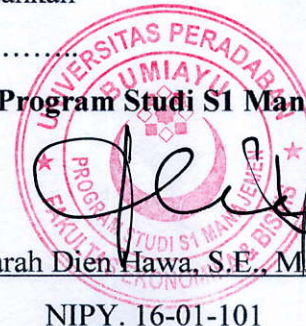
Diterima dan disahkan

Pada tanggal

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Ketua Program Studi SI Manajemen


Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16-02-120


Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16-01-101

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aska Dwi Sahra

NIM : 41218078

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, September 2022

Yang membuat pernyataan



Aska Dwi S

NIM. 41218078

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus pembimbing saya yang telah memberikan arahan dan masukan yang luar biasa terhadap skripsi saya sehingga dapat terselesaikan tanpa suatu halangan apapun.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus penguji 1 yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
4. Ibu Qori Al Banin, S.E., M.Si selaku dosen penguji 2, yang telah memberikan arahan dan masukannya terhadap penelitian saya.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.
6. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
7. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2018.

8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT membelas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terimakasih.

Paguyangan, September 2022

Penulis

Aska Dwi S

NIM. 41218078

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Image, Kualitas produk, Persepsi Harga dan Pelayanan Purna jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi. Penelitian ini dilakukan pada konsumen pengguna smartphone merek Xiaomi di seluruh wilayah Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden secara online melalui google form. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 107 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS v.28. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan variabel Brand Image dan Pelayanan Purna Jual tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas produk, Persepsi Harga dan Pelayanan Purna jual terhadap Keputusan Pembelian

ASBTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Image, Product Quality, Price Perception and After Sales Service on Purchase Decisions for Xiaomi Brand Smartphones. This research was conducted on consumers of Xiaomi brand smartphone users throughout Indonesia. The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents online via google form. The sample in this study were 107 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of SPSS v.28. Based on the results of the study indicate that product quality and price have a positive effect on purchasing decisions, and the variables of Brand Image and After Sales Service have no effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price Perception and After Sales Service on Purchase Decisions*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. Brand Image	18
3. Kualitas Produk	23
4. Presepsi Harga	26
5. Pelayanan Purna Jual	30
B. PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	32
1. Penelitian Terdahulu	31
2. Hipotesis Penelitian	40
C. Kerangka Berfikir	44
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	46
A. Metode Penelitian	46
1. Jenis Penelitian	46
2. Lokasi Penelitian	46

3. Waktu Penelitian	46
4. Populasi Dan Sampel	46
a. Populasi	46
b. Sampel	47
c. Teknik Penentuan Ukuran Sampel	47
5. Sumber Data	48
a. Data Primer	48
b. Data Sekunder	48
6. Teknik Pengumpulan Data	49
a. Kuesioner	49
b. Studi Pustaka	49
7. Definisi Konsep Dan Operasional Variabel	49
a. Definisi Konsep	49
b. Definisi Variabel	50
B. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Instrumen	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	53
2. Analisis Statistik Deskriptif	54
3. Uji Regresi Berganda	55
a. Uji Parsial (Uji t)	56
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
c. Uji Simultan (Uji F)	58
4. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Heteroskedastisitas	59
c. Uji Multikolinieritas	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
1. Sejarah Singkat	61
2. Gambaran Umum Responden	63

a. Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
b. Gambaran Umum Responden berdasarkan Usia	64
c. Gambaran Umum Responden berdasarkan Pendidikan	65
B. Analisis Data dan Pembahasan	66
1. Hasil Uji Instrumen	66
a. Hasil Uji Validitas	66
b. Hasil Uji Reliabilitas	67
2. Hasil Statistik Deskriptif	67
3. Hasil Uji Regresi Berganda	76
a. Uji Parsial (Uji t)	78
b. Uji Simultan (Uji F)	79
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
a. Uji Normalitas	81
b. Uji Heteroskedastisitas	82
c. Uji Multikolinearitas	84
5. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Penjualan top brand index Smarthphone 2018-2021.....	4
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	65
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	66
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 8. Jawaban Responden untuk Indikator Brand Image (X1)	67
Tabel 9. Jawaban Responden untuk Indikator Kualitas Produk (X2)	69
Tabel 10. Jawaban responden pada Variabel Persepsi Harga (X3)	72
Tabel 11. Jawaban Responden untuk Indikator Pelayanan Purna Jual (X4)	73
Tabel 12. Jawaban Responden untuk Indikator Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda	77
Tabel 14. Hasil F	80
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	81
Tabel 17. Hasil Uji heteroskedastisitas	83
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Penelitian.....	44
Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot	82
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot	83

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	99
Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif	108
Lampiran 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	109
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen	116
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	118
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi	121
Lampiran 8. Riwayat Hidup Penulis	122