



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KETERLIBATAN
PRODUK, *WORD OF MOUTH*, KESADARAN MEREK, DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE*
XIAOMI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

ERRI IRMA DWI LESTARI

41216011

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KETERLIBATAN
PRODUK, *WORD OF MOUTH*, KESADARAN MEREK, DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE*
XIAOMI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

ERRI IRMA DWI LESTARI

41216011

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KETERLIBATAN PRODUK, *WORD OF MOUTH*, KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI”**

Oleh

Nama : **Erri Irma Dwi Lestari**

Nim : **41216011**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal ... bulan ... tahun ...

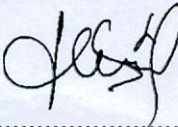
DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing


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


.....

NIDN. 061601101

Dosen Penguji I

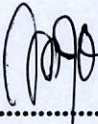
Dr. Sutarmin, S.Si., M.M


.....

NIDN. 0621097401

Dosen Penguji II

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


.....

NIDN. 0607098601

Diterima dan disahkan
Pada tanggal 11 oktober 2020

Dekan

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis



Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M
NIPY. 16.01.095

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erri Irma Dwi Lestari

NIM : 41216011

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 di kemudian 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 2020

Yang membuat pernyataan



Erri Irma Dwi Lestari
NIM. 41216011

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 Prof. Dr. H. Yahya A. Muhaimin, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Bapak Mukhroji, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisins Universitas Peradaban Bumiayu yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban Bumiayu yang telah memberikan layanan kepada penulis.

6. Ayahanda Ahmad Toyadi dan Ibunda Aminah yang telah memberikan segalanya baik materi, do'a, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
7. Kakakku Anah Sofiyani dan adikku M. Ikhbar Syakhi yang telah memberikan semangat dan do'a.
8. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
9. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2016.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, terutama untuk peneliti sendiri.

Paguyangan,

Penulis

Erri Ima Dwi Lestari
NIM. 41216011

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat beberapa merek *smartphone* yang dikenal oleh masyarakat. Salah satunya yaitu Xiaomi. Xiaomi adalah perusahaan elektronik milik swasta milik pribadi dari Tiongkok yang berkantor pusat di Beijing. Didirikan pada tahun 2010. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk, keterlibatan produk, *word of mouth*, kesadaran merek, dan citra merek terhadap minat beli *smartphone* Xiaomi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang mengetahui produk Xiaomi dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Pengumpulan data diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang disebar melalui media sosial. Skala penggunaan menggunakan skala *likert 5*. Hasil penelitian menemukan bahwa atribut produk, keterlibatan produk, *word of mouth*, kesadaran merek, dan citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli.

Kata Kunci: Atribut Produk, Keterlibatan Produk, *Worf Of Mouth*, Kesadaran Merek, Citra Merek, Minat Beli.

ABSTRACT

In Indonesia, there are several smartphone brands that are well known by the public, one of which is Xiaomi. Xiaomi is a privately owned, privately owned electronics company from China headquartered in Beijing. Founded in 2010. The purpose of this study was to determine the effect of product attributes, product involvement, word of mouth, brand awareness and brand image on buying interest in Xiaomi smartphones. This research uses quantitative research. The population in this study are people who know Xiaomi products with a total sample size of 96 respondents. The sampling method used is non-probability sampling with accidental sampling technique, which is a sampling technique based on chance. Data collection was obtained from the results of distributing questionnaires distributed through social media. The scale of use uses a Likert scale 5. The results found that product attributes, product involvement, word of mouth, brand awareness, and brand image have a positive effect on purchase intention.

Keywords: Product Attributes, Product Involvement, Worf Of Mouth, Brand Awareness, Brand Image, Purchase Interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah	9
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ..	12
A. Telaah Pustaka	12
1. Minat Beli	12
2. Atribut Produk.....	13
3. Keterlibatan Produk	16
4. <i>Word Of Mouth</i>	17
5. Kesadaran Merek	19

6. Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Model Penelitian.....	23
1. Penelitian Terdahulu	23
C. Perumusan Hipotesis	25
1. Atribut Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	25
2. Keterlibatan Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli	26
3. <i>Word Of Mouth</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli	26
4. Kesadaran Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli	27
5. Citra Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli	27
6. Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	30
A. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Lokasi Penelitian	30
3. Waktu Penelitian	30
4. Populasi dan Sampel	30
5. Sumber Data	31
6. Teknik Pengumpulan Data	32
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	33
8. Definisi Operasional Variabel	34
B. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Deskriptif.....	37
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
4. Uji Asumsi Klasik	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	4	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	4	Error! Bookmark not defined.
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	4	Error! Bookmark not defined.
2. Gambaran Umum Responden.....	48	
3. Deskripsi Variabel Penelitian	52	
B. Analisis Data dan Pembahasan		Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	59	
2. Uji Reliabilitas.....	61	
3. Uji Asumsi Klasik	62	
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66	
5. Uji Hipotesis.....	67	
6. Koefisien Determinasi (R^2)	68	
7. Pembahasan	69	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74	
A. Kesimpulan	74	
B. Saran.....	75	
DAFTAR PUSTAKA	78	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Internasional Data Corporation (IDC)</i>	2
Tabel 2. <i>Top Brand Index</i>	2
Tabel 3. <i>Vendor smartphone</i>	4
Tabel 4. Definisi Operasional	33
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 6. Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
Tabel 7. Jawaban responden untuk variabel minat beli (Y).....	49
Tabel 8. Jawaban responden untuk variabel atribut produk (X1)	50
Tabel 9. Jawaban responden untuk variabel keterlibatan produk (X2).....	51
Tabel 10. Jawaban responden untuk variabel <i>word of mouth</i> (X3)	52
Tabel 11. Jawaban responden untuk variabel kesadaran merek (X4).....	53
Tabel 12. Jawaban responden untuk variabel citra merek (X5).....	54
Tabel 13. Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 14. Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 16. Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Berganda.....	62
tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determina	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	27
Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Tabulasi Data Minat Beli.....	79
Lampiran 3. Tabulasi Data Atribut produk	82
Lampiran 4. Tabulasi Data Keterlibatan Produk	85
Lampiran 5. Tabulasi Data <i>Word Of Mouth</i>	88
Lampiran 6. Tabulasi Data Kesadaran Merek	91
Lampiran 7. Tabulasi Data Citra Merek	94
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Deskriptif Minat Beli	97
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Deskriptif Atribut produk	99
Lampiran 10. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Keterlibatan Produk	100
Lampiran 11. . Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	101
Lampiran 12. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Kesadaran Merek	102
Lampiran 13. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek.....	103
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Minat Beli	104
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Atribut produk	105
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Keterlibatan Produk	106
Lampiran 17. Hasil Uji Validitas Word Of Mouth	107
Lampiran 18. Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek	108
Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	109
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli	110
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Produk	111
Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Keterlibatan Produk	112
Lampiran 23. Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i>	113

Lampiran 24. Hasil Uji Reliabilitas Kesadaran Merek	114
Lampiran 25. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	115
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	116
Lampiran 27. Hasil Uji Normalitas <i>Kormogov-Smirnov</i>	117
Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas Histogram Dan Normal P-Plot	118
Lampiran 29. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot ..	119
Lampiran 30. Hasil Uji Multikolinieritas	120
Lampiran 31. Riwayat Hidup Penulis	138