

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE XIAOMI
(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

MUHAMMAD AKMAL FAUZAN

1802010110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE XIAOMI
(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

MUHAMMAD AKMAL FAUZAN

1802010110

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si

NIK.2160754




Halaman Pengesahan

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Muhammad Akmal Fauzan
NIM : 1802010110
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Proposal : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si ()
2. Anggota I Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D ()
3. Anggota II Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 16 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Akmal Fauzan

NIM : 1802010110

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Muhammad Akmal Fauzan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Akmal Fauzan
NIM : 1802010110
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal: 16 Januari 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Akmal Fauzan

MOTTO

“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”

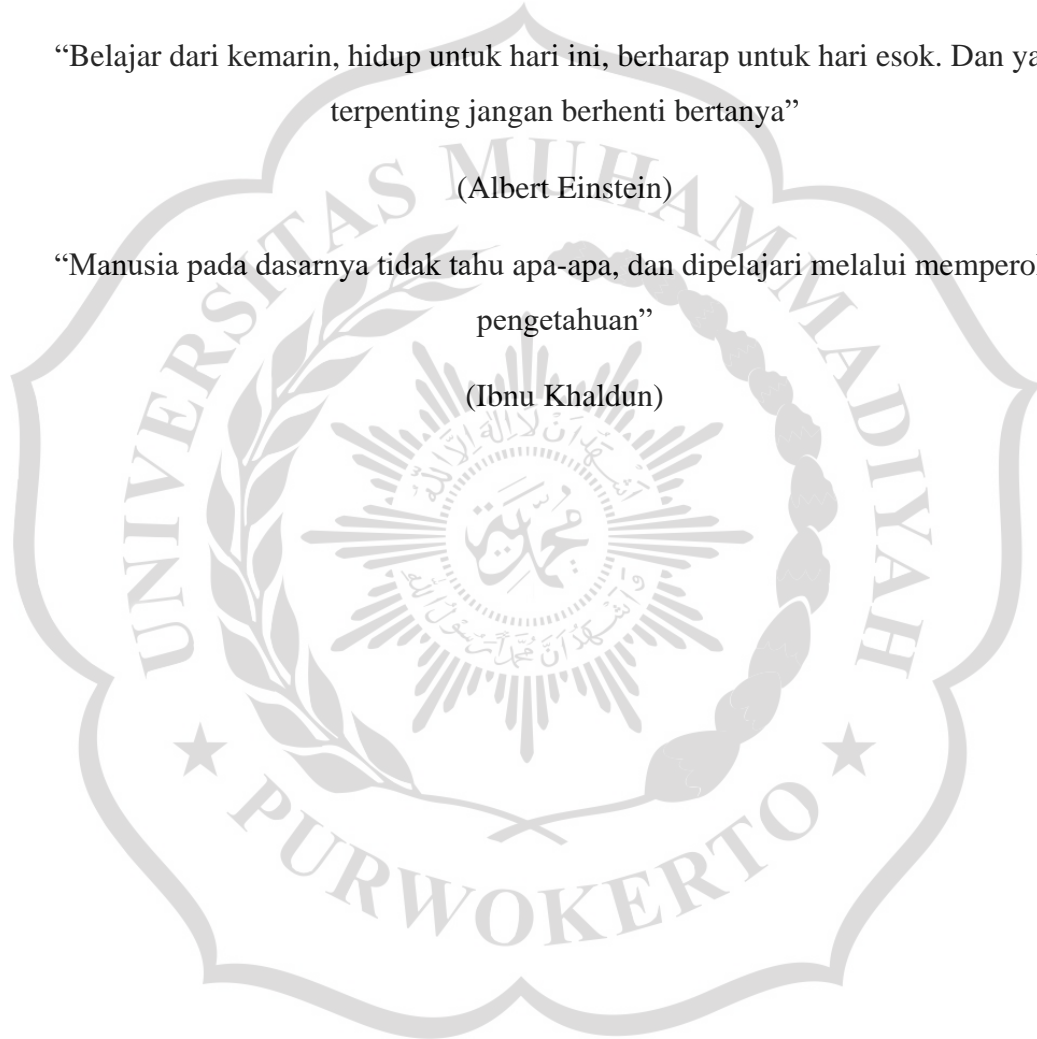
(Q.S Al-Insyiroh : 6-8)

“Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari esok. Dan yang terpenting jangan berhenti bertanya”


(Albert Einstein)

“Manusia pada dasarnya tidak tahu apa-apa, dan dipelajari melalui memperoleh pengetahuan”

(Ibnu Khaldun)



PERSEMBAHAN

- 
- ❖ *Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu saya, karena telah mendoakan saya, memberikan kebahagiaan kepada saya, sehingga seumur hidup saya menikmati kebahagiaan yang ayah dan ibu curahkan.*
 - ❖ *Terimakasih atas semua cinta dan doa yang telah ayah ibu berikan kepada saya, semoga Allah memberkahi dan mengganti semuanya.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
5. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji satu yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen penguji dua yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Yudhistira Pradipta Aryoko, S.E., MM selaku pembimbing akademik kelas C, yang sudah membimbing kelas C dan sudah mendengarkan keluhan kesah dari semester 1 sampai sekarang.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk kedua orang tua saya Ayah Rustoyo dan Ibu Musrifah yang telah membesarkan, mendidik dan mengajarkan banyak hal sehingga menjadikan saya orang yang lebih baik, tanpa kalian saya bukan siapa-siapa.
10. Teman-teman satu angkatan Manajemen S1, Manajemen S1 Kelas C angkatan 2018. Terimakasih sudah memberi kesan saat kuliah.
11. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan skripsi yang telah berjuang bersama dari awal sampai sidang skripsi, terimakasih atas segala masukan dan motivasinya selama ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu waTa'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 16 Januari 2023

Penulis

Muhammad Akmal Fauzan

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Pemikiran.....	37
D. Hipotesis	41

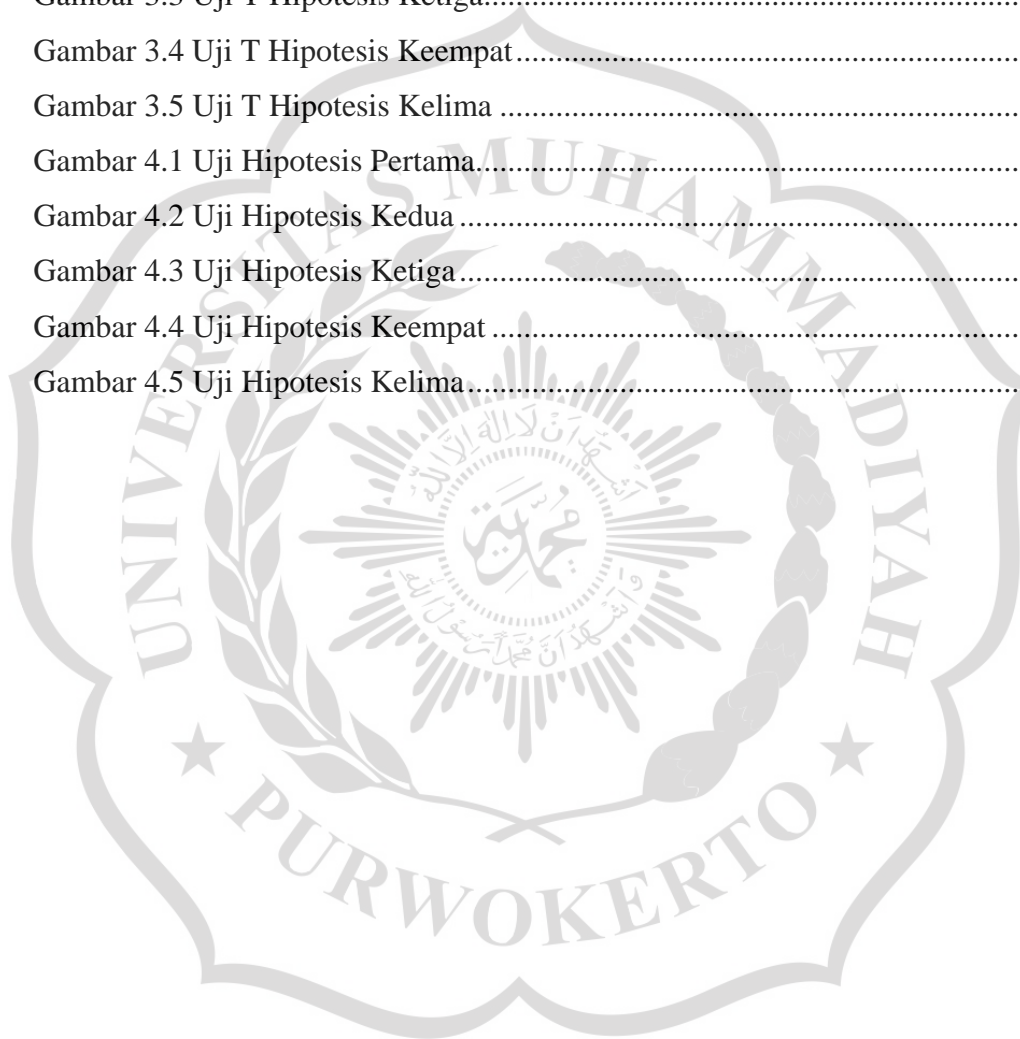
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Sumber Data.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Variabel Penelitian	45
F. Definisi Operasional.....	46
G. Metode Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61
1. Gambaran <i>Smartphone</i> Xiaomi.....	61
2. Deskripsi Responden	62
3. Analisis Statistik Deskriptif	68
4. Uji Instrumen Data.....	75
5. Uji Asumsi Klasik.....	79
6. Analisis Regresi Linear Berganda	83
7. Uji Kecocokan Model	85
8. Rekapitulasi Hasil Penelitian	91
B. Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Keterbatasan.....	97
C. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 5 Vendor <i>Smartphone</i> Terlaris Tahun 2020 dan 2021	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Proporsi Sampel Acuan Data Tahun 2022.....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	46
Tabel 4. 1 <i>Response Rate</i>	63
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	65
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Fakultas.....	66
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek	69
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	71
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Promosi.....	73
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Citra Merek	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Promosi	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Gletser	81
Tabel 4. 21 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Spearman Rho.....	82
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 24 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4. 25 Rekapitulasi Hasil Penelitian	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna <i>Smartphone</i> Tahun 2016-2020.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1 Kurva Uji F	56
Gambar 3.2 Uji T Hipotesis Kedua.....	57
Gambar 3.3 Uji T Hipotesis Ketiga.....	58
Gambar 3.4 Uji T Hipotesis Keempat.....	59
Gambar 3.5 Uji T Hipotesis Kelima	60
Gambar 4.1 Uji Hipotesis Pertama.....	87
Gambar 4.2 Uji Hipotesis Kedua	88
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Ketiga.....	89
Gambar 4.4 Uji Hipotesis Keempat	89
Gambar 4.5 Uji Hipotesis Kelima.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	107
Lampiran 2 : Data Deskripsi Responden	113
Lampiran 3 : <i>Response Rate</i>	117
Lampiran 4 : Hasil Statistik Deskriptif	117
Lampiran 5 : Tabulasi Jawaban Responden.....	119
Lampiran 6 : Analisis Deskriptif Responden.....	132
Lampiran 7 : Uji Validitas	134
Lampiran 8 : Uji Reliabilitas.....	138
Lampiran 9 : Uji Normalitas	139
Lampiran 10 : Uji Multikolinearitas	139
Lampiran 11 : Uji Heteroskedastisitas.....	140
Lampiran 12 : Uji Regresi Berganda	140
Lampiran 13 : Uji F.....	141
Lampiran 14 : Koefisien Determinasi.....	141
Lampiran 15 : R Tabel	142
Lampiran 16 : F Tabel.....	143
Lampiran 17 : T Tabel.....	144

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE XIAOMI**

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Muhammad Akmal Fauzan¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : akmal Fauzan560@gmail.com

Mastur Mujib Ikhsani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : mastur_mujib@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi, *word of mouth*, dan keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 100 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis data, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan citra merek, kualitas produk, promosi, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Secara parsial kualitas produk dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Sedangkan citra merek dan *word of mouth* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, promosi, *word of mouth*, keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND
WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF THE XIAOMI
SMARTPHONE**

(Study on College Students in Purwokerto)

Muhammad Akmal Fauzan¹

*The Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: aknalfauzan560@gmail.com*

Mastur Mujib Ikhsani²

*The Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: mastur_mujib@yahoo.co.id*

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of brand image, product quality, promotion, word of mouth, and purchasing decisions. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling method. The data analysis techniques used in this research were instrument tests, classical assumption tests, data analysis tests, and hypothesis testing. The analysis results show that brand image, product quality, promotion, and word of mouth affect purchasing decisions for Xiaomi smartphones. Partially, product quality and promotion have a significant positive effect on purchasing decisions for Xiaomi smartphones. Meanwhile, brand image and word of mouth have no significant effect on purchasing decisions for Xiaomi smartphones.

Keywords: *brand image, product quality, promotion, word of mouth, purchasing decisions.*