

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Purbalingga)**



SKRIPSI

MUHAMMAD SEPTIAN SETIYOSO

1902010006

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S1

**MUHAMMAD SEPTIAN SETIYOSO
1902010006**

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

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Purbalingga)



SKRIPSI

MUHAMMAD SEPTIAN SETIYOSO
1902010006

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini:

Pembimbing



Arini Hidayah, S.E., M.Si
NIK. 2160341

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Septian Setiyoso

NIM : 1902010006

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, 8 Maret 2023

Yang membuat pernyataan

Dibubuhi materai Rp. 10.000

Tanda Tangan



Muhammad Septian Setiyoso

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Muhammad Septian Setiyoso
NIM : 1902010006
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kota Purbalingga)**

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 : Arini Hidayah, S.E., M.Si
2. Anggota I : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
3. Anggota II : Yudhistira Pradhipta Aryoko, S.E., MM

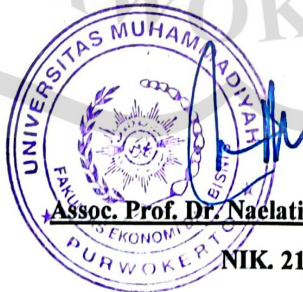
(*Arini Hidayah*)
(*M. Agung Miftahuddin*)
(*Yudhistira Pradhipta Aryoko*)

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 8 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

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 Septian Setiyoso

NIM : 1902010006

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Jenis Karya : Skripsi

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, DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Purbalingga)”**

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 : 8 Maret 2023



Muhammad Septian Setiyoso

MOTTO

“ Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan, tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan, karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al – Baqarah : 286)

“ Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah.”

(Umar bin Khattab)

“ Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

(Imam Syafi’i)

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar – Rad : 11)

“ Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar.”

(Umar bin Khattab)

“ Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

(Abu Hamid Al Ghazali)

“ Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua.”

(Q.S. An – Nisa’ : 36)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ibu dan Ayah Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Setiawati) dan Ayah (Nurjito) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan motivasi, doa, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga dan tidak mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang berjudul “persembahan” ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang serta selalu mendoakanku, selalu menasehatiku, dan selalu meridhoiku untuk melakukan hal yang baik.

Terima kasih untuk semuanya ...

*Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kedua orang tuaku yang tercinta.
Aamiin yaa rabbal 'alamiin.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji syukur kehadiran 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:

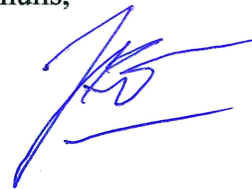
1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan kepada saya dalam mengerjakan skripsi.
5. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku dosen penguji satu skripsi yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Yudhistira Pradhipta Aryoko, S.E., MM selaku dosen penguji dua skripsi yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Alfalisyado, S.E., Sy, M.E selaku pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberi masukan kepada saya dari awal kuliah semester 1 hingga akhir kuliah semester 8 ini.
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 yang tercinta Bapak Nurjito dan Ibu Setiawati, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dan pengorbanan baik dari segi moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk sahabat saya Ryfanda, An-Nur, Ikhsan, Eko, Ilham, Ulul, Sandi dan teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk teman-teman satu angkatan Manajemen S1 2019, terutama Kelas A. Terimakasih sudah memberi kesan dan pengalaman selama berada di bangku perkuliahan.

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, 8 Maret 2023

Penulis,



Muhammad Septian Setiyoso

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Purbalingga)**

Muhammad Septian Setiyoso¹, Arini Hidayah²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

[¹m.septian.s19@gmail.com](mailto:m.septian.s19@gmail.com) [²hidayaharini99@yahoo.co.id](mailto:hidayaharini99@yahoo.co.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan iklan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan keputusan sampel yaitu Non-Probability Sampling, pendekatan purposive sampling, jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji analisis statistik deskriptif, uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji kecocokan model, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan iklan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan citra merek, kualitas produk, dan iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: keputusan pembelian, citra merek, kualitas produk, iklan

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND
ADVERTISEMENT ON THE PURCHASE DECISION
(Study On Xiaomi Smartphone Users In Purbalingga City)**

Muhammad Septian Setiyoso¹, Arini Hidayah²

Faculty of Economics and Business S1 Management Study Program

Muhammadiyah University Purwokerto

m.septian.s19@gmail.com hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, and advertisement on purchasing decisions. This research uses quantitative methods, the sampling technique is Non-Probability Sampling, purposive sampling approach, the number of samples is 100 respondents. The data analysis technique used in this study is descriptive statistical analysis test, data instrument test, classical assumption test, multiple linier regression test, model fit test, and hypothesis testing. The results of the study show that brand image, product quality, and advertisement simultaneously have a positive dan significant effect on purchasing decisions. And brand image, product quality, and advertisement partially have a positive and significant effect on purchasing decisions.

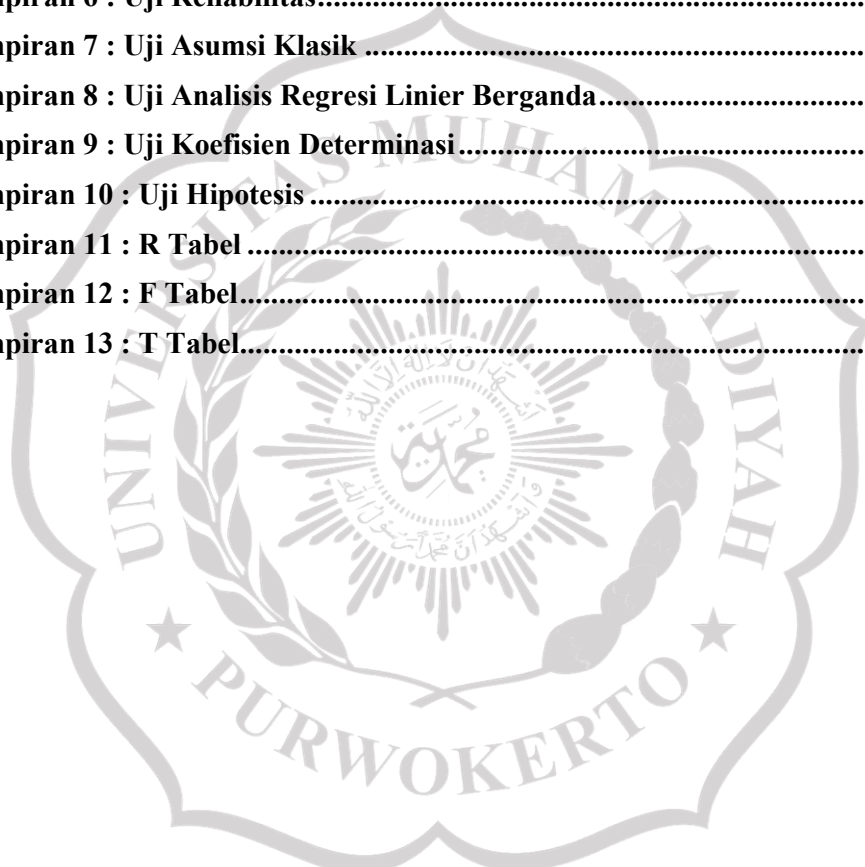
Keywords: purchase decision, brand image, product quality, advertisement

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PERUMUSAN MASALAH.....	10
C. PEMBATASAN MASALAH.....	10
D. TUJUAN PENELITIAN	11
E. MANFAAT PENELITIAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. LANDASAN TEORI	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Keputusan Pembelian	13
3. Citra Merek	16
4. Kualitas Produk	17
5. Iklan	19
B. HASIL PENELITIAN TERDAHULU	20
C. KERANGKA PEMIKIRAN.....	24
D. HIPOTESIS PENELITIAN	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29

A. JENIS PENELITIAN	29
B. POPULASI DAN SAMPEL	29
C. JENIS, SUMBER DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	32
D. VARIABEL PENELITIAN	33
E. DEFINISI OPERASIONAL	34
F. METODE ANALISIS DATA	35
1. Uji Statistik Deskriptif	36
2. Uji Instrumen	36
3. Uji Asumsi Klasik	37
4. Analisis Linier Berganda	38
5. Uji Kecocokan Model	39
6. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
1. Sejarah Singkat Perusahaan Xiaomi	44
2. Slogan Perusahaan	45
3. Logo Perusahaan	46
B. DESKRIPSI RESPONDEN	46
1. Response Rate	46
2. Karakteristik Responden dan Hasil Penelitian	47
C. UJI ANALISA DATA	49
1. Uji Statistik Deskriptif	49
2. Uji Instrumen	54
3. Uji Asumsi Klasik	57
4. Uji Regresi Linier Berganda	60
5. Uji Kecocokan Model	62
6. Uji Hipotesis	62
D. REKAPITULASI HASIL UJI HIPOTESIS	66
E. PEMBAHASAN	66
BAB V PENUTUP	71
A. KESIMPULAN	71
B. KETERBATASAN	71

C. SARAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 : Data Responden	83
Lampiran 3 : Tabulasi Penelitian.....	86
Lampiran 4 : Analisis Statistik Deskriptif	98
Lampiran 5 : Uji Validitas.....	100
Lampiran 6 : Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran 8 : Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
Lampiran 9 : Uji Koefisien Determinasi.....	107
Lampiran 10 : Uji Hipotesis	108
Lampiran 11 : R Tabel	109
Lampiran 12 : F Tabel.....	110
Lampiran 13 : T Tabel.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	46
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Umur.....	47
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	48
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek (X1).....	50
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	51
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Iklan (X3).....	52
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Iklan (X3).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabelitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis F	63
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar 5 HP Terlaris di Indonesia Q3 2022 Versi Canalys.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Hipotesis.....	27
Gambar 3.1 Kurva Uji F	40
Gambar 3.2 Kurva Uji T Hipotesis Kedua.....	41
Gambar 3.3 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga.....	42
Gambar 3.4 Kurva Uji T Hipotesis Keempat.....	43
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Xiaomi.....	46
Gambar 4.2 Kurva Uji F	63
Gambar 4.3 Kurva Uji T Hipotesis Kedua.....	64
Gambar 4.4 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga.....	65
Gambar 4.5 Kurva Uji T Hipotesis Keempat.....	65

