

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
PERSEPSI HARGA DAN FITUR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(Pegguna *Smarthphone* Xiaomi di Purbalingga)**



Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen S1

Oleh :
Kausar Nur Hakim
1902010284

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN FITUR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI

(Pengguna Smartphone Xiaomi di Purbalingga)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen S1

Kausar Nur Hakim
1902010284

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing

Totok Haryanto, S.E., M.M.

NIK. 2160729

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditunjukkan oleh:

Nama : Kausar Nur Hakim
NIM : 1902010284
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Fitur terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Xiaomi (Pengguna Smartphone Xiaomi di 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

Ketua : Totok Hayanto, S.E, M.M.
Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si.
Anggota 2 : Alfalisyado, S.E, Sy, M.E, AWP.



Ditetapkan di : Purwokerto Tanggal : 20 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIK 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kausar Nur Hakim

NIM : 1902010284

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik 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 mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 20 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Kausar Nur Hakim

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Kausar Nur Hakim
NIM : 1902010284
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN FITUR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA
SMARTPHONE XIAOMI
(Pengguna Smartphone Xiaomi di Purbalingga)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, 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.

Purwokerto, 20 Agustus, 2024

Yang membuat pernyataan



Kausar Nur Hakim

MOTTO

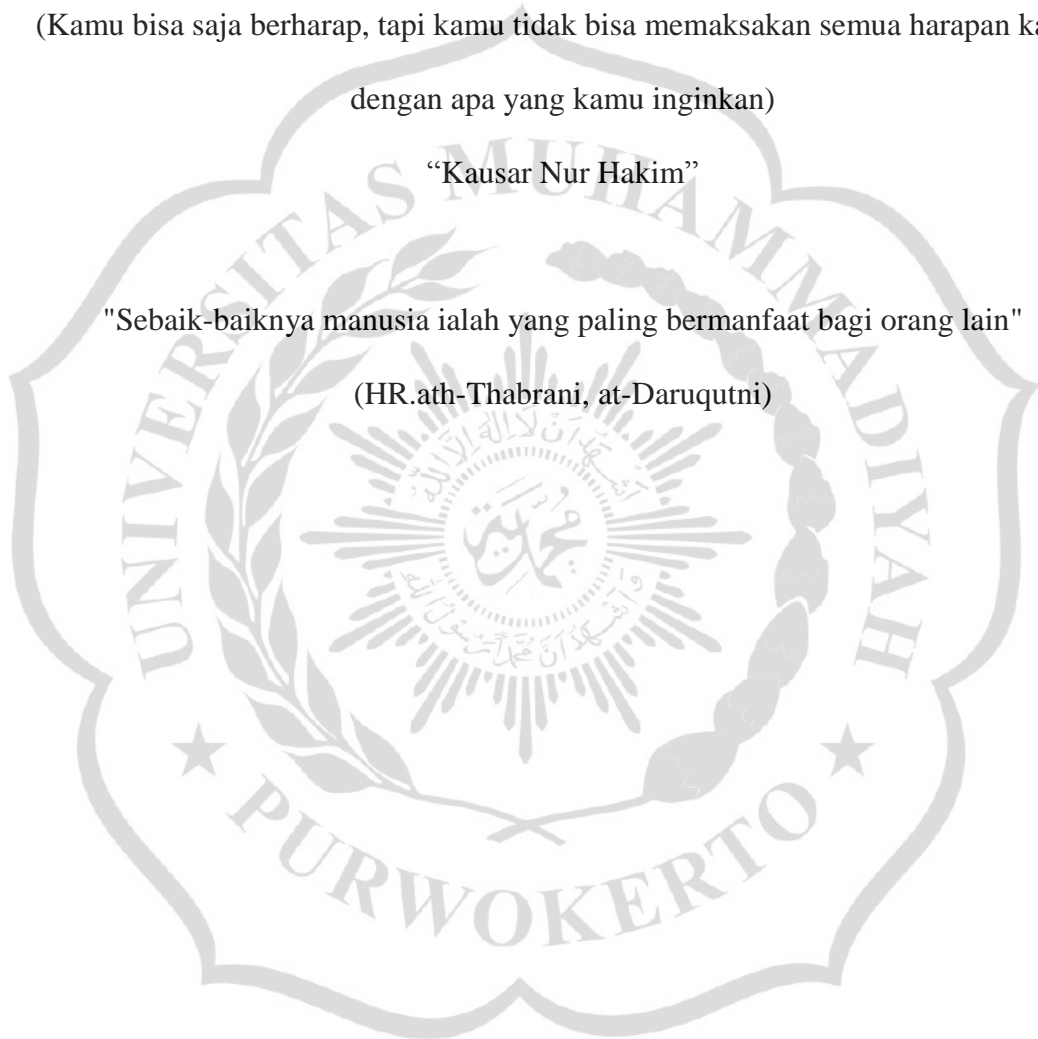
“You can hope, but you can’t expect things to always go according to what you want.”

(Kamu bisa saja berharap, tapi kamu tidak bisa memaksakan semua harapan kamu dengan apa yang kamu inginkan)

“Kausar Nur Hakim”

"Sebaik-baiknya manusia ialah yang paling bermanfaat bagi orang lain"

(HR.ath-Thabrani, at-Daruqutni)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik .

Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

- ❖ Terimakasih yang tak terhingga kepada keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan selama proses penulisan skripsi ini. Terimakasih kepada ibu dan ayah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang sarjana.
- ❖ Terimakasih kepada dosen pembimbing saya, Bapak Totok Haryanto, S.E., M.M. yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih atas kesabaran dan pengertian yang diberikan selama proses bimbingan.
- ❖ Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberkati dan membalas segala bantuan dan doa yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen S1 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 terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., 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.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D, selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Totok Haryanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I dan Alfalisyado, S.E., M.E., Sy, AWP, selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik yang sudah membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Untuk kedua orang tua saya, Imam Musodik dan Ibu Sri Sabarti yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa, kasih sayang, dan juga materi sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk semua keluarga yang telah mendukung sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai .
9. Untuk keluarga besar Ozare Team yang selalu memberikan dukungan baik dalam bentuk materi maupun moral
10. Untuk Adinda Farah Haura yang selalu memberikan semangat dan mau mendengarkan keluh kesah saya saat mengerjakan skripsi
11. Teman-teman dari Grup Barudak Well dengan semua lelucon yang muncul ketika saya sedang jenuh dalam mengerjakan skripsi dan juga memberikan semangat untuk cepat-cepat lulus.
12. Untuk sahabat dekat saya diperkuliah, Rizky Aldian Zaky dan Arum Purwaningtyas yang selalu mau membantu dan mengarahkan saya dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN
FITUR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI DI PURBALINGGA)

Kausar Nur Hakim¹, Totok Haryanto²
Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis ⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

hakimozar@gmail.com¹, feb.ump.th@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan fitur terhadap kepuasan konsumen *Smartphone* Xiaomi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu pengguna *Smartphone* Xiaomi dengan responden minimal berusia 17 tahun berdomisili di daerah Purbalingga. Sampel yang diuji dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel citra merek, persepsi harga dan fitur, masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, persepsi harga, fitur, kepuasan konsumen

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE,
PRICE PERCEPTION, AND FEATURES ON CONSUMER
SATISFACTION***

(XIAOMI SMARTPHONE USERS IN PURBALINGGA)

Kausar Nur Hakim¹, Totok Haryanto²

Management Study Program S1, Faculty of Economics and Business⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

hakimozar@gmail.com¹, feb.ump.th@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of product quality, brand image, price perception, and features on customer satisfaction with Xiaomi Smartphones. The sampling method used in this research is purposive sampling, with the sample criteria being Xiaomi Smartphone users who are at least 17 years old and reside in the Purbalingga area. The sample tested in this research consists of 120 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results show that product quality does not affect customer satisfaction. Meanwhile, the variables of brand image, price perception, and features each have an influence on customer satisfaction.

Keywords: *product quality, brand image, price perception, features, customer satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Teori Perilaku Konsumen	12
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
4. Kepuasan Konsumen.....	15
5. Kualitas Produk.....	19
6. Citra merek.....	21
7. Persepsi Harga.....	24
8. Fitur	28
B. Hasil Penelitian terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	39

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Populasi & Sampel	41
C. Jenis, Sumber dan Metode	43
D. Variabel Penelitian	45
E. Definisi Operasional.....	45
F. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian	62
B. Pembahasan	91
BAB V PENUTUP	96
A. Simpulan.....	96
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

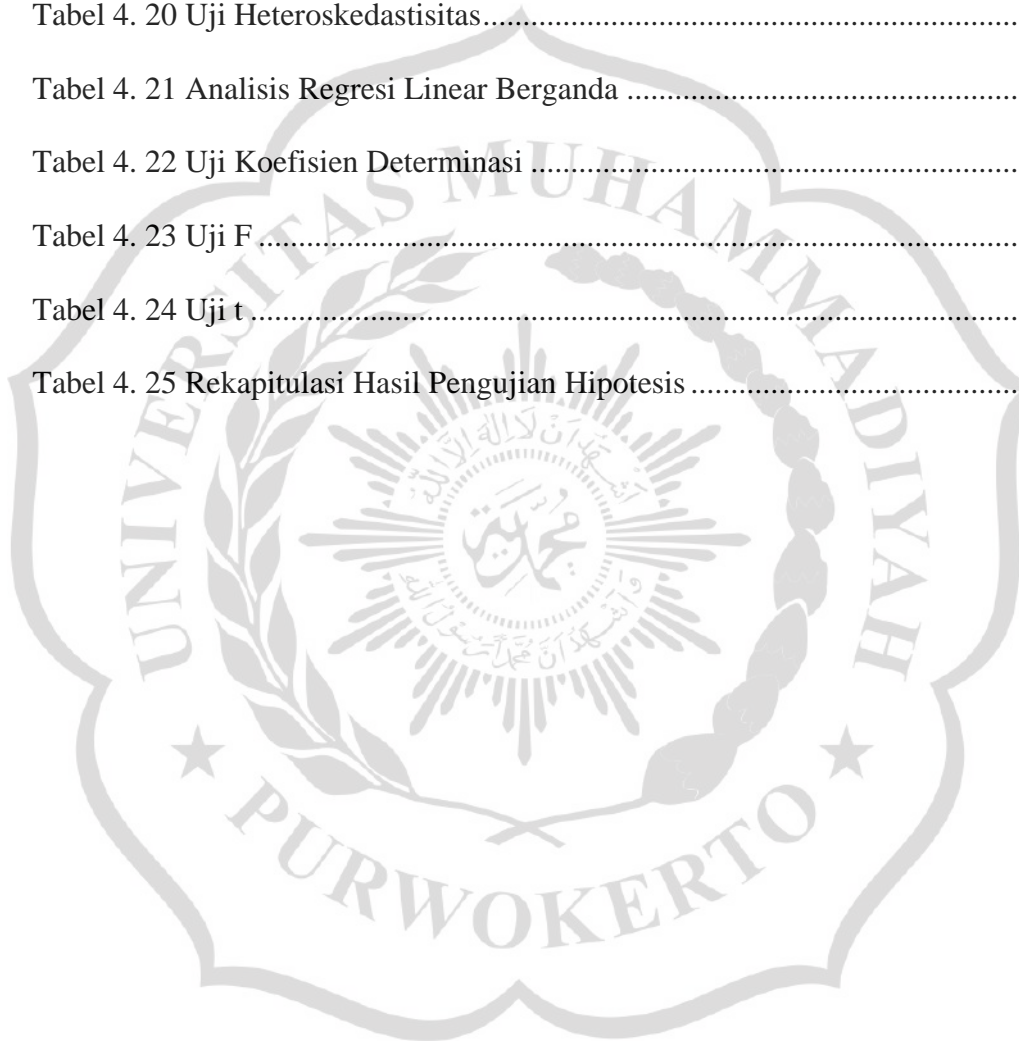
Gambar 3. 1 Kurva Uji t.....	57
Gambar 3. 2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	58
Gambar 3. 3 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	59
Gambar 3. 4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	60
Gambar 3. 5 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	61
Gambar 4. 1 Hasil Uji t Hipotesis pertama.....	88
Gambar 4. 2 Hasil Uji t Hipotesis kedua.....	89
Gambar 4. 3 Hasil Uji t Hipotesis ketiga.....	89
Gambar 4. 4 Hasil Uji t Hipotesis keempat.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Kualitas Produk.....	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Citra Merek.....	46
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Persepsi Harga.....	47
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Fitur.....	47
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4. 1 Response Rate.....	63
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	64
Tabel 4. 3 Alamat.....	64
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 5 Pekerjaan.....	65
Tabel 4. 6 Pekerjaan.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	67
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X1).....	68
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek (X2).....	70
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Harga (X3).....	71
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Fitur (X4).....	73
Tabel 4. 12 Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	75
Tabel 4. 13 Uji Validitas Kualitas Produk.....	75
Tabel 4. 14 Uji Validitas Citra Merek.....	76
Tabel 4. 15 Uji Validitas Persepsi Harga.....	77

Tabel 4. 16 Uji Validitas Fitur	78
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 19 Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4. 20 Uji Heteroskedastisitas.....	82
Tabel 4. 21 Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 23 Uji F.....	86
Tabel 4. 24 Uji t.....	87
Tabel 4. 25 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Data Responden.....	111
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	119
Lampiran 4 Hasil Frekuensi Data Responden.....	137
Lampiran 5 Hasil Statistik Deskriptif.....	139
Lampiran 6 Uji Validitas.....	142
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	148
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	149
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas.....	150
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas.....	151
Lampiran 11 Uji Regresi Linear Berganda.....	151
Lampiran 12 Uji F.....	151
Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi.....	152
Lampiran 14 Uji t.....	152
Lampiran 15 F Tabel.....	152
Lampiran 16 R tabel dan t Tabel.....	153
Lampiran 17 Hasil Turnitin.....	156
Lampiran 18 Foto Penyebaran Kuesioner terhadap Responden.....	158