

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI**

“Studi kasus di wilayah Duri Utara, Tambora, Jakarta-Barat”

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian

Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

NAMA : TERRY SILVIANTO

NIM : 2012-11-240



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

JAKARTA 2018



UNIVERSITAS ESA UNGGUL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Terry Silvianto
NIM : 2012-11-240
Program Studi : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

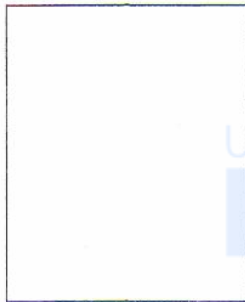
(Drs. Sugiyanto, MM)

Menyetujui,

Dosen Pembimbing,

(Ir. Jatmiko, MM, MBA)

LEMBAR PENGESAHAN



Nama : Terry Silvianto
NIM : 2012-11-240
Program/Jurusan : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dinyatakan **lulus ujian skripsi** pada tanggal 28 Agustus 2018 di hadapan dosen pembimbing dan penguji di bawah ini:

Pembimbing,

(Ir. Jatmiko, MM, MBA)

Tim Penguji:

Ketua : Ir. Jatmiko, MM, MBA (.....)
Anggota : 1. Ari Anggarani WPT, SE, MM (.....)
2. Abdurrahman, SKM, MM (.....)

Jakarta, 28 Agustus 2018

Universitas Esa Unggul
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1 Manajemen

Ketua Program Studi,

(Drs. Sugiyanto, MM)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat-Nya yang dilimpahkan, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Esa Unggul, Jakarta.

Dalam proses penyelesaian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi”**, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, baik dalam pengumpulan ide, pengumpulan data, serta penyajian maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma, AP, MBA, selaku Rektor Universitas Esa Unggul yang penulis hormati dan juga banggakan.
2. Bapak DR. MF. Arrozi. A, SE, Msi, Akt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Drs. Sugiyanto, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.
4. Bapak Ir. Jatmiko MM, MBA, selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga, serta kebesarannya dalam memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam proses penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen, yang telah membekali ilmu pengetahuan selama penulis menjalani perkuliahan di Universitas Esa Unggul.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan yang melimpah dan memberikan pendidikan terbaik kepada penulis.
7. Teman – teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul atas kebersamaannya, semangat, bantuan dan dorongannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dian Paramita Dewi, Fitri Oktaviani dan Marta Yunita Wati Hasibuan yang telah membantu dan membimbing dalam proses penulisan skripsi.
9. Lely Setiana dan Yohanes Bivarli Marung, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam proses penulisan skripsi.
10. Semua pihak yang turut membantu, membimbing, mendoakan, dan berbagi pengalaman kepada penulis demi memperlancar proses penulisan skripsi secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis sendiri.

Jakarta, 10 agustus 2018

Penulis

ABSTRAKSI

TERRY SILVIANTO, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi. Studi Kasus di Wilayah Duri Utara, Tambora, Jakarta Barat. (dibimbing oleh Jatmiko)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hipotesis penelitian sesuai penelitian terdahulu yang menemukan bahwa masing-masing variabel bebas pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian menggunakan data primer dengan instrumen kuisisioner *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jumlah 150 responden. Data akan dianalisa melalui uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan analisis linear berganda dengan menggunakan *software* statistik.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas produk, harga dan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi di wilayah Duri Utara, Tambora, Jakarta Barat. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa masing-masing variabel baik terpisah (parsial) maupun bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi di wilayah Duri Utara, Tambora, Jakarta Barat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, *Smartphone* Xiaomi

ABSTRACT

TERRY SILVIANTO, Influence of Product Quality, Price and Brand Image on the Purchasing Decision of Xiaomi Smartphone Products. Case Study in North Duri Region, Tambora, West Jakarta (supervised by Jatmiko)

The purpose of this study was to analyze the effect of Product Quality (X1), Price (X2) and Brand Image (X3) on Purchase Decisions (Y). The research hypothesis is in accordance with previous research which found that each independent variable in this study had an influence on purchasing decisions. The study used primary data with an online questionnaire instrument. The sampling technique uses non-probability sampling with a total of 150 respondents. Data will be analyzed through validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and multiple linear analysis using statistical software.

The results of the study conclude that product quality, price and brand image have a positive influence on the purchase decision of Xiaomi smartphone products in the North Duri region, Tambora, West Jakarta. The results of the study are in accordance with the hypothesis which states that each variable (partial) and together (simultaneously) has a positive effect on the purchase decision of Xiaomi smartphone products in the North Duri region, Tambora, West Jakarta.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision, Xiaomi Smartphone*