

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

Oleh:

Nama : Aditya Tirta Kusuma

Nim : 21130391

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Juli 2017

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

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

Diajukan oleh

Nama : Aditya Tirta Kusuma

Nim : 21130391

Jakarta, 31 Mei 2017

Disetujui oleh:

Pembimbing,

(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Aditya Tirta Kusuma / 21130391 / Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Kelapa Gading / Pembimbing : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Smartphone saat ini sudah menjadi kebutuhan primer orang banyak. Dengan *smartphone* orang dapat mudah berkomunikasi dengan orang lain, mengakses internet, kamera, pemutar musik, bahkan bermain *game*. Kualitas dan harga *smartphone* pun beragam tergantung kepada apa yang ditawarkan oleh *smartphone* tersebut. Xiaomi adalah merek salah satu produsen *smartphone* terbesar saat ini yang memfokuskan produknya kepada *smartphone* dengan harga murah. Namun Xiaomi dalam penjualannya juga terkendala masalah seperti keraguan konsumen akan kualitas *smartphone* murah. Sedangkan para peneliti meyakini bahwa aspek yang memicu terciptanya keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kelapa Gading.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara harga dengan keputusan pembelian, kualitas produk dengan keputusan pembelian, citra merek dengan keputusan pembelian.

Obyek penelitian ini adalah *Smartphone* Xiaomi. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan *Smartphone* Xiaomi. Teknik pengambilan sampel adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan *Judgemental Sampling*. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media *Google Form* untuk memperoleh 103 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan WarpPLS 4.0 dan SPSS 16.0.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel eksogen yaitu daya tarik harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga jika daya tarik harga, kualitas produk, dan citra merek meningkat maka akan meningkatkan pula keputusan pembelian oleh konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Saran bagi perusahaan Xiaomi agar mempertahankan daya tarik harga dan kualitas produk nya serta meningkatkan citra merek untuk mencapai keputusan pembelian oleh konsumen. Saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel kualitas layanan agar penelitian dapat menjadi lebih lengkap dan baik.



ABSTRACT

Aditya Tirta Kusuma / 21130391 / Analysis of the Influence of Price, Product Quality, and Brand Image to Affect Consumer Purchase Decision on Xiaomi Smartphone at Kelapa Gading / Advisor : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Today, smartphones have become the primary needs of many people. With smartphone people can easily communicate with others, surfing on the internet, camera, music player, even playing games. The quality and price of smartphones are various depending on what is offered by the smartphone. Xiaomi is one of the largest smartphone manufacturers currently focusing its products on smartphones at low prices. But Xiaomi constrained several problems for example consumer doubt about the quality of cheap smartphones. The researchers believe that the aspects that trigger consumer purchase decisions are price, product quality, and brand image. Therefore, the author interested to conduct research on the influence of price, product quality, and brand image on Xiaomi smartphone purchase decision in Kelapa Gading.

The supporting theories which were used in this paper are definition of price, product quality, brand image, and purchase decision. And then there were supporting theories about the relationship between price with product purchase decision, product quality with purchase decision, brand image with corporate purchase decision.

The object of this research is Xiaomi Smartphone. The sample of this research is on the people who use Xiaomi Smartphone in Kelapa Gading. The method of collecting data in this study using the method of communication and for sampling using non-probability sampling and judgment sampling techniques. Therefore, a questionnaire was distributed online through Google Docs media were 103 respondents who use Xiaomi smartphone. The procedure used to test the model and data processing is a structural equation model (Structural Equation Modelling) using WarpPLS 4.0 and SPSS 16.0.

Output generated showed that both exogenous variables that are price attractiveness, product quality, and brand image positive and significant impact on consumer purchase decision. So if price attractiveness, product quality, and brand image increase, will also increase consumer purchase decision on Xiaomi Smartphone.

The conclusion from this study is that all hypotheses have been proven to have a positive and significant influence. Suggestion for Xiaomi Company, in order to maintain the price attractiveness and product quality along with developing the brand image for reach consumer purchase decision. And for the next research is adding the service quality subject, so that it will be more better and complete.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan Rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Mama, Papa, David, dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.
4. Orang-orang terdekat peneliti yang telah memberikan *support* tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini, Febi Oktavia, Krisnadi Hartanoe, Pricillia Cindy, Anastasya, Marius, Baba, Reinaldy, Group 13 Team Capt. , Ya Ha Ga Corp. , teman-teman KMK serta teman seperjuangan (Webe, Adrian, Cungcung).



5. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner sehingga penelitian ini boleh berjalan lancar.

6. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

7. Pihak diluar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, seperti Snapy yang telah membantu mem-*print* skripsi ini selama proses penyusunannya.

8. Pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan bagi penelitian selanjutnya. Tuhan memberkati !

Jakarta, Mei 2017

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

A. Landasan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
b. Tahapan Keputusan Pembelian	10
c. Pengukuran Keputusan Pembelian.....	11
2. Harga	12
a. Pengertian Harga.....	12
b. Tujuan Penetapan Harga	13
c. Pengukuran Harga.....	14
3. Kualitas Produk.....	14
a. Pengertian Produk	14
b. Pengertian Kualitas Produk.....	15
c. Pengukuran Kualitas Produk.....	16
4. Citra Merek	17
a. Pengertian Merek	17
b. Pengertian Citra Merek	17
c. Pengukuran Citra Merek	18
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	21
1. Hubungan harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
2. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	21



BAB III

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	22
D. Hipotesis Penelitian.....	23
METODOLOGI PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian	24
B. Desain Penelitian.....	24
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Teknik Pengambilan Sampel	31
F. Teknik Analisis Data.....	31
G. Pembangunan <i>Path Diagram</i>	38
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
B. Analisis deskriptif	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	46
3. Profil Responden.....	46
4. Analisis Variabel.....	48
5. Penilaian Model Fit.....	53
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	54
C. Hasil Penelitian	55
D. Pembahasan.....	56
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	56



2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	57
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	58

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA.....	62
---------------------	----

LAMPIRAN	65
----------------	----

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia (dalam juta)	2
Tabel 1.2	: 5 Smartphone paling bermasalah tahun 2016.....	4
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Sport Yamaha Byson”	19
Tabel 2.2	: Penelitian Terdahulu “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Motor Matic Di Purwodadi”	19
Tabel 2.3	: Penelitian Terdahulu “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya)”	20
Tabel 2.4	: Penelitian Terdahulu “Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi”	20
Tabel 3.1	: Indikator Keputusan Pembelian	27
Tabel 3.2	: Indikator Daya Tarik Harga	28
Tabel 3.3	: Indikator Kualitas Produk	29
Tabel 3.4	: Indikator Citra Merek	30
Tabel 3.5	: Rentang Skala.....	35
Tabel 4.1	: Pengujian Validitas Variabel Daya Tarik Harga	44
Tabel 4.2	: Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4.3	: Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	45

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.4	: Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.5	: Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.6	: Persentase Responden Berdasarkan Penggunaan Smartphone Xiaomi	46
Tabel 4.7	: Presentase Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.8	: Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.9	: Skor Rata-Rata Daya Tarik Harga.....	49
Tabel 4.10	: Skor Rata-rata Kualitas Produk.....	50
Tabel 4.11	: Skor Rata-Rata Citra Merek	51
Tabel 4.12	: Skor Rata-rata Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.13	: Hasil Evaluasi Model Fit.....	53
Tabel 4.14	: Pengaruh Antar Variabel	55

DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 : Diagram Path	39
Gambar 4.1 : Logo Xiaomi.....	42
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Hipotesis.....	54



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian..... 66

Data Kuesioner Responden 70

Lampiran 2

Hasil Output..... 73

1. Validitas (Factor Loading dan P-Value)..... 73

2. Reliabilitas (Cronbach's Alpha) 73

3. Profil Responden 74

a. Persentase Responden Berdasarkan Penggunaan *Smartphone* Xiaomi 74

b. Persentase Responden Berdasarkan Usia 74

c. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 75

4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel 75

a. Skor Rata-rata Harga 75

b. Skor Rata-rata Kualitas Produk 76

c. Skor Rata-rata Citra Merek..... 78

d. Skor Rata-rata Keputusan Pembelian..... 78

e. Mean dan Interval 95% Setiap Indikator 79

f. Total Mean dan Interval 95% Setiap Variabel 80

5. Hasil Evaluasi Model Struktural (Model Fit) 81

6. Hasil Pengujian Hipotesis..... 81

7. Total Pengaruh Antar Variabel..... 82