

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN,
FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY,
FEATURES, AND PERCEIVED PRICE ON BUYING DECISION
SMARTPHONE XIAOMI***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:
BAYU PRASETYA WIBOWO
20130410512

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Bayu Prasetya Wibowo

Nomor mahasiswa : 20130410512

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dala naskah ini yang disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, April 2017

Materai 6000

Bayu Prasetya Wibowo

MOTTO

“Barangsiapa yang menempuh suatu perjalanan dalam rangka untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu masjid diantara masjid-masjid Allah, mereka membaca Kitabullah serta saling mempelajarinya kecuali akan turun kepada mereka ketenangan dan rahmat serta diliputi oleh para malakat. Allah menyebut-nyebut mereka dihadapan para malaikat.”

(HR. Imam Muslim dalam shahihnya)

“Man Jadda Wajada”

Barang Siapa yang bersungguh-sungguh, maka akan berhasil.

“Iman tanpa ilmu bagaikan lentera di tangan bayi. Namun ilmu tanpa iman, bagaikan lentera di tangan pencuri.”

(Buya Hamka)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan untuk....

Kedua Orang Tuaku Tercinta, Ibunda Yulianti dan Ayahanda Triono

Adikku tersayang, Ninda Irena Fajar Wati

Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Citra Merek	7
B. Kualitas Persepsian	8
C. Fitur	13
D. Persepsi Harga.....	15
E. Keputusan Pembelian	17
F. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
G. Pengembangan Hipotesis	23
H. Model Penelitian	26
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek dan Subjek Penelitian	25
B. Jenis Data	25
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	31
G. Uji Analisis Data dan Hipotesis	32
1. Uji F	32
2. Uji t	32
3. Uji Koefisien Determinan	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	35
1. Gambaran Objek Penelitian	35
2. Profil atau Karakteristik Responden	37
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	39
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	45
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
2. Hasil Uji Simultan (F).....	47
3. Uji t atau Uji Parsial.....	47
4. Uji Koefisien Determinan (Adj-R ²)	49
D. Pembahasan (Interpretasi).....	50
BAB V	53
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	53
A. Simpulan	53
B. Keterbatasan Penelitian.....	55
C. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Data IDC Worldwide	3
2.1. Penelitian Terdahulu	22
3.1. Contoh Kuesioner	28
3.2. Devinisi Opersional Variabel	29
4.1. Deskripsi Responden	38
4.2. Uji Validitas Pre-test	41
4.3. Uji Reliabilitas Pre-test	42
4.4. Uji Validitas	43
4.5. Uji Reliabilitas	44
4.6. Uji Regresi Linear Berganda	45
4.7. Hasil Uji F	47
4.8. Ringkasan Hasil Uji t	48
4.9. Hasil Uji Koefisien Determinan	49

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model <i>Grand Teori</i>	20
2.2. Model Penelitian	26