

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agung Mahardika

Nomer Induk Mahasiswa :20150410098

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di satu 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 dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 22 Februari 2019

penulis

## **MOTTO**

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib seseorang atau nasib suatu kaum itu sebelum seseorang atau kaum itu bertindak atau berusaha merubah nasibnya sendiri”(QS. Ar-Ra'd : 11)

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.” (QS. Al-Isra': 7)

“Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri.” (QS. Al-Ankabut: 6)

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirobbil'alamin.* Teriring doa dan rasa syukur yang sebesar-besarnya dan dengan segenap hati, karya skripsi ini ku persembahkan untuk:

Sepasang malaikat duniaku, Ayah Untung dan Ibu Muji. Yang tak pernah henti-hentinya memberikan doa, cinta, dan kasih sayang yang tulus, perhatian, semangat dan segalanya sehingga tidak dapat disebutkan semuanya.

Dan untuk almamaterku tercinta

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan juga kemudahan-Nya dalam penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat mengetahui dan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Xiaomi. Selain itu, dengan adanya skripsi ini, penulis mempunyai harapan agar dapat memberikan masukan bagi perusahaan Xiaomi untuk dapat meningkatkan Penjualan pada *Smartphone* Xiaomi dan juga dapat memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis akan mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yahya, S.E., M.Sc.,Ph.D., Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelajaran selama penulis menyelesaikan studi ini.

2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D, selaku Kepala Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan juga nasehat selama penulis menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu dan pengetahuan, mengorbankan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Semua teman-teman dan pihak-pihak yang tak bisa saya sebutkan satu per satu karena sudah mendukung dan mendoakan agar skripsi ini dapat segera selesai, sukses untuk kita semua.

Yogyakarta, 25 Februari 2019

Agung Mahardika

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori .....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2. Pengertian Desain Produk.....	13
3. Pengertian Kualitas Produk .....	16
4. Pengertian Harga.....	21
5. Pengertian Citra Merek.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hipotesis .....	30
D. Model Penelitian.....	37

BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
A.    Objek dan Subjek Penelitian .....	38
B.    Jenis Data.....	38
C.    Teknik Pengambilan Sampel.....	39
D.    Teknik Pengumpulan Data .....	40
E.    Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41
F.    Uji Kualitas Instrumen .....	43
1.    Uji Validitas.....	43
2.    Uji Reliabilitas .....	44
3.    Analisis Deskriptif .....	44
G.    Analisis Dan Uji Hipotesis .....	45
1.    Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	45
BAB IV .....	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A.    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1.    Karakteristik Responden dan Subjek Penelitian .....	48
2.    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
3.    Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.    Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
5.    Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
B.    Hasil Pengujian Kualitas Instrumen .....	53
1.    Uji Validitas.....	53
2.    Uji Reliabilitas .....	54
3.    Statistik Deskriptif .....	55
C.    Hasil Analisis Data Pengujian Hipotesis .....	60
D.    Hasil Pengujian Data .....	65
1.    Uji Parsial (Uji t).....	65
2.    Uji Sobel (Pengujian Mediasi).....	66
3.    Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71

E. Pembahasan .....	72
BAB V.....	81
SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN .....	81
A. Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 81
B. Keterbatasan .....	81
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Penjualan <i>Smartphone</i> 2017-2018.....	4
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41
Tabel 4.1	Jumlah Kuesioner yang Disebar .....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.8	Kategori Batas Penilaian .....	56
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Desain Produk .....	56
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	57
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 1 .....	61
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 2 .....	62
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Nilai Standard Error .....	63
Tabel 4.17	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	2
Gambar 2.1	Model Penelitian .....	36
Gambar 4.1	Model Analisis Jalur Secara Teoritis .....	60
Gambar 4.2	Model Analisis Jalur Akhir .....	64