

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD  
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

AHMAD SHAFRIZAL  
18012010034/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2022**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD  
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**AHMAD SHAFRIZAL**  
**18012010034/FEB/EM**

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan

Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 16 Desember 2022

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.**

**NIP. 196206161989032001**

Pembimbing Utama

**Drs. Ec. Hery Pudionprastvono, M.M.**

**NIP. 196203181988031002**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.**

**NIP. 195908281990031001**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Shafrizal

NPM : 18012010034

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 16 Desember 2022

Yang Menyatakan



Ahmad Shafrizal



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan kelimpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi di Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing utama penulis untuk penyusunan skripsi.

5. Orang tua, kakek, nenek, beserta keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengajaran selama penulis masih duduk dibangku perkuliahan.
7. Teman seperjuangan kuliah Bima, Eggy, Mella, Oudre yang selalu mengarahkan mulai dari awal sampai selesai.
8. Teman-teman seangkatan SMA Hang Tuah 4 Vira, Ayundha, Izul, Daffa, Rizqie, Fauzan, Rizky, Hilal, Yusuf serta teman-teman semua yang telah memberikan dukungan bantuan dalam pengerjaan dan doa dalam pelaksanaan penyusunan skripsi.
9. dr. Amnur dan dr. Detty yang selalu memberikan semangat, perhatian, serta nasehat untuk kesehatan penulis selama penyusunan skripsi.
10. Seluruh pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi penelitian ini sangat diharapkan. Besar harapan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Surabaya, 19 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
ABSTRAK .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran .....	19
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.3 Kualitas Produk.....	21
2.2.4 citra merek.....	25
2.2.5 Word Of Mouth.....	29
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	32
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	35
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.3.3 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4 Kerangka Konseptual .....	39
2.5 Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.1.1 Identifikasi Variabel.....	41

3.1.2 Definisi Operasional .....	42
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	44
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Jenis Data .....	46
3.3.2 Sumber Data.....	47
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas .....	48
3.4.1 Uji Validitas .....	48
3.4.2 Uji Reabilitas.....	48
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	49
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	50
3.5.3 Cara Kerja PLS .....	52
3.5.4 Langkah-Langkah PLS .....	53
3.5.5 Asumsi PLS.....	59
3.5.6 Ukuran Sampel.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah Umum Xiaomi.....	60
4.1.2 Visi dan Misi Xiaomi .....	62
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	62
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	64
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data .....	73
4.3.1 Evaluasi Outlier.....	73
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	74
4.4 Pembahasan.....	85
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85

4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	86
4.4.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	96



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pemilik Perangkat Di Indonesia 2021 .....	2
Gambar 1.2 Waktu Mengakses Media Digital Orang Indonesia 2021 .....	2
Gambar 1.3 Layar Redmi Note 10 Series Bermasalah .....	5
Gambar 1.4 Bug Pada MiUi 13 di Beberapa Type Smartphone Xiaomi .....	5
Gambar 1.5 Kinerja Miui 12 .....	6
Gambar 1.6 Harapan Bos Xiaomi Indonesia.....	9
Gambar 1.7 Komentar Pada Youtube Reviewer Gadget dan Grup Facebook Xiaomi Indonesia.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	50
Gambar 3.2 Diagram Jalur .....	54
Gambar 4.1 Logo Xiaomi .....	60
Gambar 4.2 Outer Model Dengan factor loading, Path Coefficient dan R-Square.....	81
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping .....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Top Brand Index .....	8
Tabel 1.2 Marketshare Smartphone Di Indonesia.....	12
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator Likert .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek .....	67
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Word Of Mouth.....	69
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Outlier Residuals Statistisca .....	74
Tabel 4.8 Outer Loading .....	75
Tabel 4.9 Cross Loading .....	77
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) .....	78
Tabel 4.11 Composite Reliability .....	79
Tabel 4.12 Latent Variable Correlations .....	79
Tabel 4.13 R-Square.....	82
Tabel 4.14 Path Coefficients .....	83

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA**

OLEH :

**Ahmad Shafrizal**  
**NPM. 18012010034/FEB/EM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Populasi dalam penelitian ini yaitu warga Surabaya yang menggunakan *smartphone* Xiaomi yang tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dan menggunakan metode non probability sampling, sehingga 70 warga Surabaya yang menggunakan *smartphone* Xiaomi ditetapkan sebagai responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner Google form kepada responden dengan skala ordinal melalui skala likert dari rentang skor 1 sampai 5. Kemudian data diolah menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Surabaya.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian**