

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN  
MEREK, FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL XIAOMI  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**REZA ZULFIKAR FAHMI**  
**2012210675**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN  
MEREK, FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL XIAOMI  
DI SURABAYA**

**Diajukan oleh:**

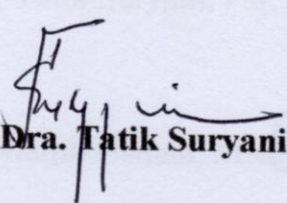


**REZA ZULFIKAR FAHMI**

**2012210675**

**Skripsi ini telah dibimbing dan  
dinyatakan siap diujikan**

Dosen Pembimbing.  
23 Februari 2016

  
**Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi. MM**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN  
MEREK, FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL XIAOMI  
DI SURABAYA**

Disusun oleh:

**REZA ZULFIKAR FAHMI**

**2012210675**

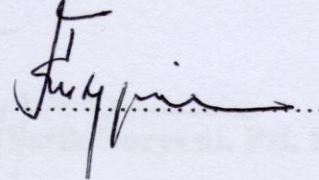
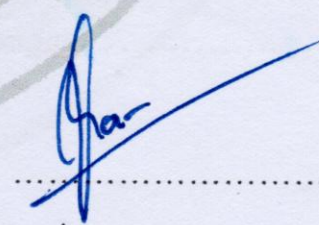
Dipertahankan di depan tim Penguji  
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 26 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

Sekretaris : Prof.Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi. MM

Anggota : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reza Zulfikar Fahmi  
Tempat, tanggal Lahir : Surabaya, 3 Agustus 1994  
NIM : 2012210675  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Fitur Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi Di Surabaya

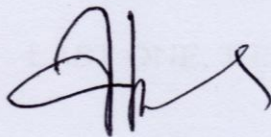
**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

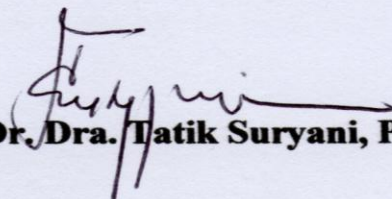
Tanggal : 04-05-2016

Dosen Pembimbing.

Tanggal : 04-05-2016



**Dr. Muazaroh, SE, MT**



**Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi. MM**

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### " LEARNING BY DOING "

BECAUSE " LEARNING BY DOING NOTHING " itu ngga ada gunanya.

(by Reza Zulfikar Fahmi)

SKRIPSI ini saya persembahkan untuk:

- **AYAH. Drs. Ec. Herizon. M.Si.** dan Bunda **Dra. Ec. Ulfi Pristiana. M.Si** yang sangat saya cintai dan sayangi, dan juga saya sayangi dan cintai Kak Ibam, dedek Ami dan Fira yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi, dukungan dan kasih sayang serta doa untuk kesuksesan penulis dalam menyelesaikan studi.
- Keluarga Besar Mbah Kakung H. Djaelan Djuri dan Mbah Put Hj. Asnaisah, serta Pak De dan Bu De, Om dan Tante, kakak dan adek-adek juga keponakan yang ada di Situbondo, Surabaya, Malang, dan Jogja.
- Keluarga Besar Nenek Hj. Marsini serta Pak Uwo dan Mak Uwa, Om dan Etek serta keponakan yang ada di Lampung dan Jakarta.
- **KELUARGA BESAR UKM BOLA BASKET STIE PERBANAS SURABAYA** atas keceriaan dan kenangan yang tidak akan pernah tergantikan oleh apa UBBS!!!... GO!!!...GO!!!...GO!!!
- **TEMEN-TEMEN KOS YANG** memberikan naungan disaat menunggu jam kuliah yg mencar-mencar dan **SANGAT BUANYAK KALO DISEBUTIN SATU SATU** terus untuk temem - temen **GUARDIANS OF G11** dan **G11 CREW YG SELALU MENJADI TEMPAT YG SANGAT MENYENANGKAN UNTUK MELAKUKAN HAL-HAL YG MENYENANGKAN.....WES POKOK E SUWUUUN REEEEEKKK..... Hahahahaha**
- **LAST ONE, T E R I M A K A S I H BUAT KAMU..... :P**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas nikmat dan ridlo-Nya, penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Fitur Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi di Surabaya ini dapat diselesaikan.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pada Program Studi Sarjana Manajemen Konsentrasi Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Skripsi ini dapat selesai penulisannya juga karena bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Muazaroh, SE, MT sebagai Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya, yang telah memberikan izin untuk penulisan skripsi ini.
3. Dr. Lutfi, SE., M.Fin sebagai ketua STIE Perbanas Surabaya dan sebagai dosen wali yang telah memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
4. Bapak dan ibu Dosen Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi yang juga dapat digunakan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu staf administrasi STIE Perbanas Surabaya yang telah memberi bantuan di bidang administrasi selama penulis menempuh studi dan juga dalam proses penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan, mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Surabaya, April 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Peneliti Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	11
2.3 Kerangka Pemikiran .....	27
2.4 Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Batasan Penelitian .....	30
3.3 Identifikasi Variabel .....	30
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.5 Instrumen Penelitian.....	34
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian...	37
3.9 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN             ANALISIS DATA</b>	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	46
4.2 Analisis Data .....	48
<b>BAB V     PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	31
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	31
5.3 Saran .....	32
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Perbandingan Kinerja 5 Perusahaan Ponsel Tahun 2013-2014	2
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini	12
Tabel 3.1	Interval Kelas Pengukuran Variabel	34
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	39
Tabel 3.4	Hasil Uji reliabilitas Sampel Kecil	40
Tabel 3.5	Pengambilan Keputusan Uji DW	41
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Interval Kelas	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas Produk	50
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	50
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk	51
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Harga	52
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	56
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji Heterokedastisitas	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji t	60
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi Parsial	62
Tabel 4.18	Hasil Perhitungan Uji F	63
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi Simultan	63
Tabel 4.20	Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	64



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu	9
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.3	Model Pengambilan Keputusan	14
Gambar 2.4	Tipe Perilaku Konsumen	17
Gambar 2.5	Model Pengambilan Keputusan Konsumen	19
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Penelitian	28



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Tabulasi Data Tanggapan Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Sampel Besar
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 7 Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda



**EFFECT OF PERCEIVED QUALITY PRODUCTS, BRAND  
AWARENESS, PRODUCT FEATURES AND PRICE  
ON DECISION TO PURCHASE XIAOMI PHONE  
IN SURABAYA**

**Reza Zulfikar Fahmi**

E-mail: 2012210675@students.perbanas.ac.id

**ABSTRACT**

*The aim of the research was to examine the effect of perceived quality products, brand awareness, product features and price on decision to purchase Xiaomi phone in Surabaya.*

*Samples were taken by the method of judgment sampling or purposive sampling, that involve of 100 people who used Xiaomi phone. The technique of collecting data is by using a questionnaire. All instrument for measuring examined the validity and reliability, for analysis data is used multiple regression use to test the hypothesis.*

*The results showed that the perceived quality products partially has positively significant impact on decision to purchase phone Xiaomi in Surabaya. Brand awareness partially has negatively not significant impact on decision to purchase phone Xiaomi in Surabaya. Product features partially has positively significant impact on decision to purchase phone Xiaomi in Surabaya. Price partially has negatively not significant impact on decision to purchase phone xiaomi in Surabaya and perceived product quality, brand awareness, product features and price simultanly has positively impact on decision to purchase Xiaomi phone.*

*Keywords: perceived quality products, brand awareness, product features and price*

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN  
MEREK, FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL XIAOMI  
DI SURABAYA**

**Reza Zulfikar Fahmi**

E-mail: 2012210675@students.perbanas.ac.id

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kualitas produk, kesadaran merek, fitur produk dan harga terhadap keputusan untuk membeli ponsel Xiaomi di Surabaya.

Sampel diambil dengan metode judgement sampling atau purposive sampling, yang melibatkan 100 orang yang menggunakan ponsel Xiaomi. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini juga dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang dirasakan memiliki dampak positif yang signifikan pada keputusan untuk membeli ponsel Xiaomi di Surabaya. Kesadaran merek memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan untuk membeli ponsel Xiaomi di Surabaya. Fitur produk memiliki dampak positif yang signifikan pada keputusan untuk membeli ponsel Xiaomi di Surabaya. Harga memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan untuk membeli ponsel Xiaomi di Surabaya. Persepsi kualitas produk, kesadaran merek, fitur produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Xiaomi di Surabaya.

Kata kunci: Persepsi kualitas produk, kesadaran merek, fitur produk, harga dan keputusan pembelian