

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI *Smartphone* Di Fakultas Ekonomi
dan Bisnis)**

PROPOSAL

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

BACHTIA EKA PRAKARSA

201810160311447

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI *Smartphone* Di Fakultas Ekonomi
dan Bisnis)**

PROPOSAL

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

BACHTIA EKA PRAKARSA

201810160311447

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bachtia Eka Prakarsa

NIM : 201810160311447

Program Studi : Manajemen

Surel : prakas409@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dan hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Bachtia Eka Prakarsa

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI *Smartphone* Di Fakultas Ekonomi
dan Bisnis)**

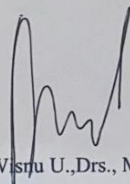
Oleh :

**BACHTIA EKA PRAKARSA
201810160311447**

Malang, 23 April 2024

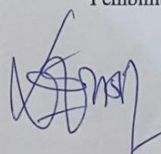
Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Dicky Wisnu U., Drs., M.M., Ph.D.

Pembimbing II



Dewi Nurjannah, Dr. Dra., M.M.

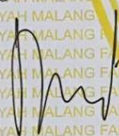
SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI Smartphone
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis)**

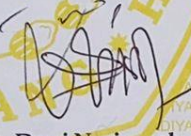
Oleh:
Bachtia Eka Prakarsa
201810160311447

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Mei 2024


Pembimbing I,


Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.


Pembimbing II,

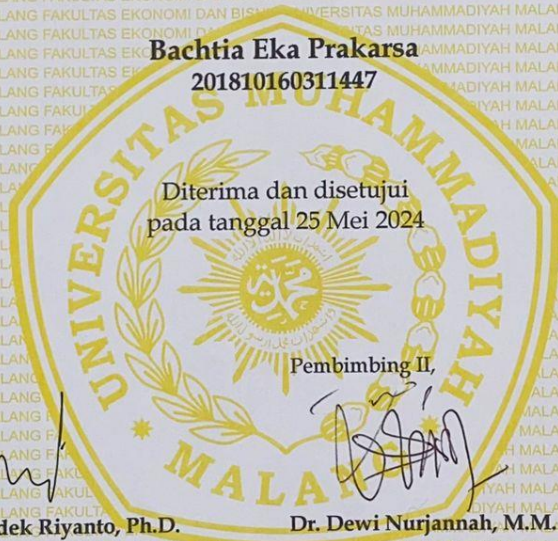

Dr. Dewi Nurjannah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI Smartphone
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Bachtia Eka Prakarsa**

NIM : **201810160311447**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Penguji II : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Penguji III : **Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.**

Penguji IV : **Dr. Dewi Nurjannah, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE

**(Study of Students Using the XIAOMI Smartphone Brand at the Faculty of
Economics and Business)**

Bachtia Eka Prakarsa, Dicky Wisnu Usdekv Riyanto, Dewi Nurjanah
Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: prakas409@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the influence of product quality on purchasing decisions with brand image as a mediating variable. The sample in this study consisted of 50 students using the XIAOMI Smartphone Brand at the Faculty of Economics and Business. The data collection technique in this research uses a questionnaire. Data collection techniques by distributing questionnaires from Xiaomi smartphone users at the Faculty of Economics and Business with the help of Smart PLS software. The results of this research show that the influence of product quality through the mediation of the brand image variable has a significant impact on the formation of smartphone consumer purchasing decisions.

Keywords: Competency, product quality, purchasing decision, brand image. mediation

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI *Smartphone* Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Bachtia Eka Prakarsa, Dicky Wisnu Usdekv Riyanto, Dewi Nurjanah

Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: prakas409@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel mediasi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 orang mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner pengguna xiaomi *smartphone* di fakultas ekonomi dan bisnis dengan bantuan software Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk melalui mediasi variabel brand image bermakna signifikan terhadap pembentukan keputusan pembelian konsumen *smartphone*.

Kata kunci: kualitas produk, keputusan pembelian, brand image. mediasi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas hidayat dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand Xiaomi Smartphone Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)**” ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Sholawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti dan semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE.,M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj. Idah Zuhroh., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.
4. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Phd. selaku dosen pembimbing I yang telah sabar dan memberikan banyak masukan dalam membimbing penulisan skripsi.
5. Dr. Dewi Nurjanah,M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan selama proses penulisan skripsi.
6. Dr. Uci Yuliati, Dra., M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan wawasan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kepada Ibu saya Erna yuntiani yang selalu memberikan perhatian, do'a, kasih sayang, serta motivasi baik material maupun spritual.

9. Kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, dipersembahkan karya tulisan ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.



Malang, 25 mei 2024

Bachtia eka prakarsa

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN.....	13
A. LATAR BELAKANG	13
B. RUMUSAN MASALAH	19
C. TUJUAN PENELITIAN	19
D. MANFAAT PENELITIAN.....	20

BAB II

TUJUAN PUSTAKA	21
A. PENELITIAN TERDAHULU.....	21
B. KAJIAN TEORI.....	23
1. KEPUTUSAN PEMBELIAN	23
2. KUALITAS PRODUK.....	26
3. BRAND IMAGE.....	28
C. KERANGKA PIKIR.....	30
D. HIPOTESIS.....	31

BAB III.....

METODE PENELITIAN	34
A. LOKASI OBJEK PENELITIAN	34
B. JENIS PENELITIAN.....	34
C. POPULASI DAN SAMPEL.....	34
1. POPULASI.....	34
D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	36
E. SUMBER DATA.....	37
F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	37
G. TEKNIK PENGUKURAN DATA	37
H. TEKNIK PENSEKALAN DATA.....	40
I. ANALISIS DATA.....	42
J. UJI HIPOTESIS	43
K. UJI MEDIASI	44
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. KARAKTERISTIK RESPONDEN	45
B. HASIL ANALISIS.....	46

C. PEMBAHASAN.....	58
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. KESIMPULAN	66
B. SARAN	66
DARTAR PUSTAKA	68



DARTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono., J. 2015. "Partial Least Square (Pls). In Partial Least Square (Pls) (P. 179). Andi."
- Ali, Intan, Sukma Irdiana, And Jesi Irwanto. 2018. "Dampak *Brand image* , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang)" 2 (July 2019): 406–13.
- Amstrong, Kotler Dan Philip, Gary, 2001, kualitas produk, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta.
- Ashari, Sahri, And Ismi Darmastuti. 2022. "*Brand image*; Partial Least Square; Price; Product Quality; Purchase Decision" 11 (2021): 0–9.
- Ayu, Dewa, Taman Sari, And I G A K Gantari. 2020. "Role Of Consumer Satisfaction In Mediating Effect Of Product Quality On Repurchase Intention" 7 (1): 217–26.
- Ayu, I Gusti, Uthami Febriati, Ni Nyoman, And Rsi Respati. 2020. "Open Access The Effect Of Celebrity Endorser Credibility And Product Quality Mediated By *Brand image* On Purchase Intention," No. 3: 464–70.
- Cahya, N., & Shihab, M.S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datacrip. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(1), pp. 34-46.
- Fatmawati, Devik, Rahayu Triastity, Program Studi, Manajemen Fakultas, Ekonomi Universitas, And Slamet Riyadi. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta)," 317–29.
- Ferdinand, A. 2014. "Metode Penelitian Manajemen. Bp Universitas Diponegoro."
- Ghozali, I. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Imb Spss19."
- Hufon, M. 2018. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Dengan *Brand image* Sebagai Variabel Intervening,” 1–11.

Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Ed. Pearson.

Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. 13th Ed. Jakarta: Erlanga.

Norbaiti, & Rahmi, W.S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 1(2), pp. 80-91.

Pradana, Dedhy, And Syarifah Hidayah. 2017. “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor The Influence Of Price Of Product Quality And *Brand image* Of *Brand image* On Motor Purchasing Decision” 14 (1): 16–23.

Prastiyani, M., & Suhartono. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, 7(1), pp. 58-74.

Rosalina, M., Qomariyah, N., & Sari, M.I. (2019). Dampak Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), pp. 161-174.

Song, Hakjun, Wenjia Ruan, And Yunmi Park. 2019. “E Ff Ects Of Service Quality , Corporate Image , And Customer Trust On The Corporate Reputation Of Airlines.”

Sugiyono. 2020 *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono 2017 Metode Penelitian

Suprpti. 2010. *Perilaku Konsumen. In Perilaku Konsumen. Udayana University Press*.

Supu, L.P., Lumanauw, B., & Poluan, J.G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), PP. 919-928.

Tjiptono. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Starbucks. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Issn : 2461-0593.”

Wulandari, Rizky Desty, And Donant Alananto Iskandar. 2018. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik” 3 (1): 11–18.



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Brand XIAOMI Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

riset.unisma.ac.id

Internet Source

2%

2

eprints.umm.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On