

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:  
CHRISTIAN YOGA  
NIM: 201711009**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
2021**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Christian Yoga

NIM : 201711009

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

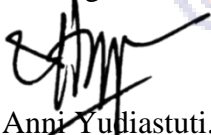
Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (Studi  
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya  
Karya Malang)**

Malang 01 Juli 2021

Christian Yoga

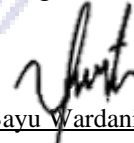
DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN:0701056401

Pembimbing II



J. Vicka Bayu Wardani, S.Pd., M.SM.  
NIDN:0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN. 0701056401

Ketua Program Studi Manajemen



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM  
NIDN. 0724018601

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI  
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widya Karya Malang)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Christian Yoga

Nim : 201711009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 01 Juli 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Karya Malang

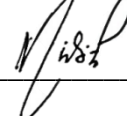
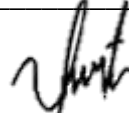
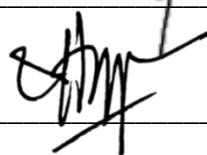
Dra. Anni Yudiastuti,MP.

NIDN:0701056401

**DEWAN PENGUJI**

1. Drs. Cornelius Niwadolo,MM  
NIDK:8887223419
2. J. Vicka Bayu Wardani.,S.Pd., M.SM.  
NIDN:0724018601
3. Dra. Anni Yudiastuti,MP.  
NIDN:0701056401

**TANDA TANGAN**

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Karya Malang)” merupakan karya asli dari :

Nama : CHRISTIAN YOGA  
NIM : 201711009  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan sudah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar  $\leq 30\%$

(surat keterangan deteksi plagiasi terlampir).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 05 Juli 2021

Christian Yoga

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti,MP.  
NIDN:0701056401

Pembimbing II

J. Vicka Bayu Wardani ,S.Pd., M.SM.  
NIDN:0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN. 0701056401

Ketua Program Studi Manajemen

J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM  
NIDN. 0724018601

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Christian Yoga  
NIM : 201711009  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 15 September 1999  
Alamat : Jl Supriadi  
Nama orang tua (Ayah) : Yo Sioe Hien  
(Ibu) : Lilik Indrawati  
Riwayat Pendidikan : SD Katolik Yos Sudarso ( 2005 – 2011)  
SMP Negeri 3 Kertosono (2011 – 2014)  
SMA Negeri 1 Kertosono (2014 – 2017)  
Universitas Katolik Widya Karya Malang (2017 – 2021)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* : Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Karya Malang”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang dan dosen pembimbing I yang telah mengarahkan, menyisihkan waktu, membimbing serta memberikan dukungan dan saran kepada penulis selama membuat skripsi.
2. Ibu J. Vicka Bayu Wardhani S.Pd., M.SM selaku Ketua program studi Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang dan dosen pembimbing II yang telah mengarahkan, memberikan bimbingan, saran dan dukungan kepada penulis selama penyusunan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
4. Ibuku tercinta yang telah memberikan dukungan baik dalam bentuk material maupun non material. Terima kasih untuk selalu ada memberikan dukungan, doa, nasihat, yang baik untuk penulis.

5. Tante dan saudaraku yang telah memberikan dukungan terbaik selama 4 tahun kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Grup Kakean Krotok yang telah memberikan semangat dan nasihat yang membangun.
7. Untuk teman-teman Manajemen angkatan 2017, terima kasih atas kebersamaan, keceriaan, suka duka bersama dan canda tawa selama ini.
8. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan menyusun skripsi.

Malang, 01 Juli 2021

Peneliti

Christian Yoga

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Tinjauan Pustaka .....	17
1. Pemasaran.....	17
2. Manajemen pemasaran .....	18
3. Kualitas produk .....	19
4. Keputusan Pembelian .....	21
C. Kerangka Pikir.....	23
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian .....	25
B. Ruang Lingkup Penelitian .....	25
C. Lokasi Penelitian .....	25
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel .....	26



3. Teknik sampling .....	26
E. Jenis dan Sumber Data .....	27
1. Jenis Data .....	27
2. Sumber Data .....	28
F. Definisi Operasional.....	29
G. Metode Pengumpulan Data .....	32
1. Kuesioner.....	32
2. Dokumentasi.....	32
H. Teknik Analisis Data .....	32
1. Uji Instrumen .....	32
2. Uji Asumsi Klasik .....	34
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
4. Uji Hipotesis .....	36
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA .....	38
A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis .....	38
B. Gambaran Umum Responden .....	40
D. Pembahasan .....	73
F. Implikasi Hasil Penelitian .....	76
BAB V PENUTUP.....	79
A. Simpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	84

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3. 1 Daftar Rincian Responden .....	27
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	29
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan .....	41
Tabel 4. 3 Deskripsi Frekuensi Variabel Bentuk (X1).....	42
Tabel 4. 4 Deskripsi Frekuensi Variabel Ciri-Ciri Produk .....	43
Tabel 4. 5 Deskripsi Frekuensi Variabel Kinerja.....	44
Tabel 4. 6 Deskripsi Frekuensi Variabel Ketetapan dan kesesuaian .....	45
Tabel 4. 7 Deskripsi Frekuensi Variabel Daya Tahan .....	47
Tabel 4. 8 Deskripsi Frekuensi Variabel Keandalan.....	49
Tabel 4. 9 Deskripsi Frekuensi Variabel Kemudahan Perbaikan .....	51
Tabel 4. 10 Deskripsi Frekuensi Variabel Gaya .....	53
Tabel 4. 11 Deskripsi Frekuensi Variabel Desain.....	54
Tabel 4. 12 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel 4. 13 Deskripsi Uji Validitas.....	60
Tabel 4. 14 Deskripsi Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 15 Deskripsi Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4. 17 Deskripsi Uji F.....	68
Tabel 4. 18 Deskripsi Uji Dominan .....	72
Tabel 4. 19 Deskripsi Uji Koefisien Determinasi .....	73

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir ..... 23  
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi FEB UKWK Malang..... 40  
Gambar 4. 2 Deskripsi Uji Normalitas..... 63  
Gambar 4. 3 Deskripsi Uji Heterokedastisitas ..... 65



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. KUESIONER PENELITIAN .....	85
Lampiran 2. Hasil Analisis Data .....	90
Lampiran 3. Analisis Data (Tabel).....	91
Lampiran 4. Uji Regresi.....	115
Lampiran 5. Uji T.....	116
Lampiran 6. Uji Heterokedasitas.....	118



## ABSTRAK

*Smartphone* merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi semua manusia. Xiaomi merupakan salah satu produk *smartphone* yang paling digemari saat ini. Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhan oleh suatu produk. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi dengan mengetahui bagaimana pengaruhnya secara parsial, simultan, dan faktor apa yang paling mendominasi dalam mempengaruhi. Faktor kualitas produk yang diteliti yaitu Bentuk (X<sub>1</sub>), Ciri-Ciri Produk (X<sub>2</sub>), Kinerja (X<sub>3</sub>), Ketetapan dan Kesesuaian (X<sub>4</sub>), Daya Tahan (X<sub>5</sub>), Keandalan (X<sub>6</sub>), Kemudahan Perbaikan (X<sub>7</sub>), Gaya (X<sub>8</sub>), dan Desain (X<sub>9</sub>).

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan yang digunakan dalam yaitu pendekatan kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan uji reliabilitas dan validitas, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi berganda pada penelitian ini menggunakan sampel 431 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan jumlah responden 60.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang akan produk *smartphone* Xiaomi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 56,9% sedangkan sisanya sebesar 43,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sedangkan, secara parsial, hanya variabel keandalan (X<sub>6</sub>) saja yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang akan produk *smartphone* xiaomi, sedangkan Bentuk (X<sub>1</sub>), Ciri-Ciri Produk (X<sub>2</sub>), Kinerja (X<sub>3</sub>), Ketetapan dan Kesesuaian (X<sub>4</sub>), Daya Tahan (X<sub>5</sub>), Kemudahan Perbaikan (X<sub>7</sub>), Gaya (X<sub>8</sub>), Desain (X<sub>9</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang akan produk *smartphone* xiaomi. Oleh karena itu, faktor kualitas produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) Mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang akan produk *smartphone* xiaomi adalah keandalan (X<sub>6</sub>) yaitu sebesar 56%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan pembelian