

**PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : ALFANY ANDRENATA
18.1041.1155**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2022

**PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : ALFANY ANDRENATA
18.1041.1155**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfany Andrenata

NIM : 1810411155

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 2022
Yang menyatakan,



Alfany Andrenata
NIM. 1810411155

SKRIPSI

**PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**



Oleh : ALFANY ANDRENATA

1810411155

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Retno Endah Supeni, Dra, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu, SE., M.Si


Two handwritten signatures are present on the right side of the page. The top signature is in black ink and is enclosed in a rectangular box. The bottom signature is in blue ink and is also enclosed in a rectangular box.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh perceived value, brand awareness, perceived quality terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas manajemen Jember pada :

Nama : Alfany Andrenata
Nim : 1810411155
Hari : Kamis
Tanggal : 14 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Trias Setyowati, SE., MM
NIDN. 0727037202

Anggota 1,



Retno Endah Supeni, Dra, MM
NIDN. 0722056703

Anggota 2,


Jekti Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 0711077201

Mengesahkan :

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK. 1986051411703796

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.

Qs Ar Ra'd 11

Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu.

(Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jumlah yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan rizkiNya serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Ayah saya Rudi Hartono dan ibu saya Sitti Nurhasiyeh yang senantiasa mencurahkan Doa dan kasih sayang yang tulus, kesabaran, keiklasan dan tak pernah mengenal lelah, semoga Allah SWT senantiasa mengasihi beliau berdua sebagaimana beliau mengasihiku.
3. Saudari saya Muhammad Farhan Andreano dan Nabila Aswa Safrina yang tersayang.
4. Kekasih saya Wardah Mar'atus Sholikhah.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan dan kucintai.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karuniaNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul pengaruh perceived value, brand awareness, perceived quality terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Sehubungan dengan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Retno Endah Supeni, Dra, MM, selaku dosen pembimbing 1 dan Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
5. Trias Setyowati, SE., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh staf pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajar Jurusan Manajemen.
7. Orangtua tercinta, untuk semua cinta, doa, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas.
8. Saudara-saudaraku, atas dukungan, bantuan dan doanya.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menentukan pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu akan ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember,
Penyusun

2022

Alfany Andrenata

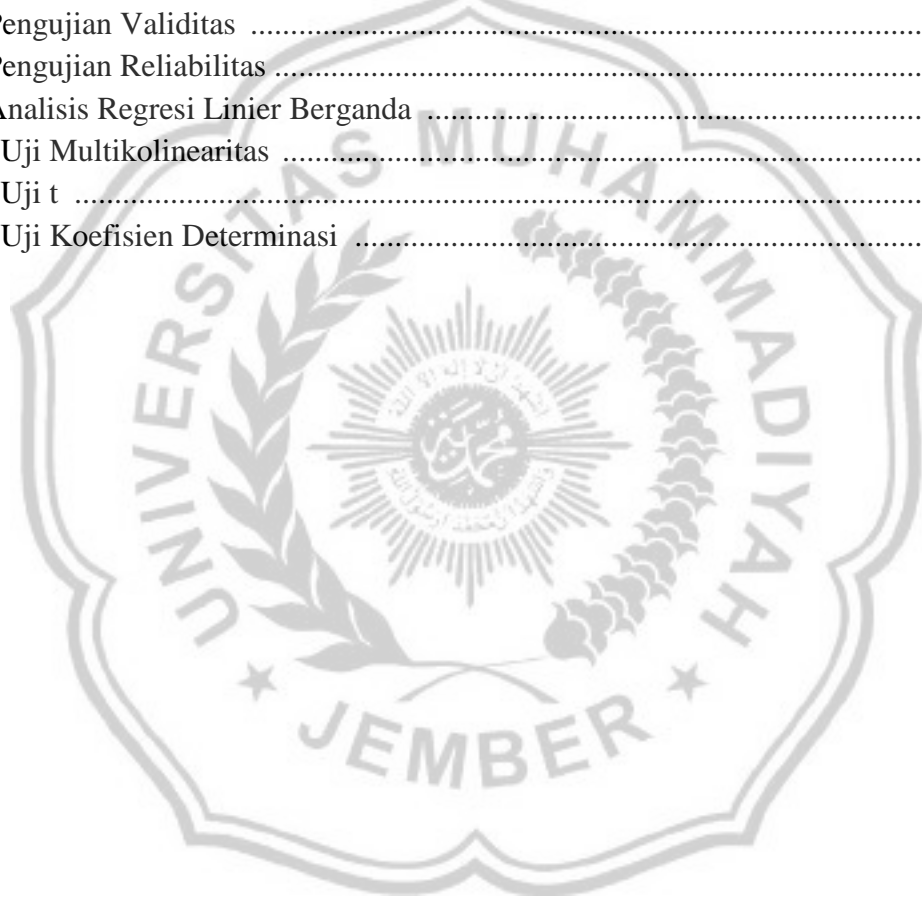
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Populasi, sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.8 Uji Parsial (Uji t)	34
3.9 Analisis Koefisien Determinasi	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	39
4.3 Pembahasan	51
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54



DAFTAR TABEL

1.1 Pra Survei Pengguna Smartphone Xiaomi	6
2.1 Penelitian Terdahulu	21
3.1 Sebaran Kuesioner Berdasarkan Jurusan	30
4.1 Usia Responden	39
4.2 Jenis Kelamin Responden	40
4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i>	41
4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i>	42
4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Perceived quality</i>	43
4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.7 Hasil Pengujian Validitas	45
4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	45
4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.11 Hasil Uji t	49
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 5 smartphone Indonesia 2021Q2	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Logo Xiaomi	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	47
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Responden	63
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner Frekuensi	68
Lampiran 4 Frekuensi Pernyataan Responden	73
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	81
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	85
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	89
Lampiran 8 Tabel r Product Moment	94
Lampiran 9 Distribusi t	97

