

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *BRAND TRUST* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON BRAND TRUST AND PURCHASING DECISIONS  
(Study of Xiaomi Smartphone Users in the Special Region of Yogyakarta)***



**Disusun Oleh:**

**Yulia Afiah**

**NIM. 20200410343**

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

**2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yulia Afiah

Nomor Mahasiswa : 20200410343

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND TRUST DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN”** (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Daerah Istimewa Yogyakarta) dalam karya ilmiah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan orang lain hanya untuk mendapatkan gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalm daftar pustaka. Apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat pendapat atau karya orang lain maka saya sangat bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 13 Maret 2024



yulia afiah

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terimakasih atas support dan doa kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir sehingga dapat memperoleh gelar sarjana. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk Bapak (Sujadi) dan Ibu (Murwati) Terimakasih sudah membiayai dan mendukung saya dalam segala hal yang saya lakukan, terimakasih sudah memberikan doa, motivasi dan menunjukkan kasih sayang kalian sebagai orangtua yang sudah berhasil mendidik saya sejauh ini. Terimakasih atas segala kesabaran dan pengorbanan hanya untuk memberikan yang terbaik untuk saya.
2. Kepada kakak dan adik saya yang telah memberikan dukungan serta doa agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada teman-teman seperjuangan saya, teman kelas I yang telah memberikan dukungan, bantuan serta telah kebersamaan dari awal semester hingga saat ini.
4. Kepada semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bantuan dan kebaikan saat proses mengerjakan skripsi dan selama saya berada di Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta ridhonya dan memberikan kelancaran, kemudahan, kesehatan, kesempatan dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dan kontribusi terhadap penggunaan *smartphone* Xiaomi di Daerah Istimewa Yogyakarta terkait dengan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih, sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan pikiran, tenaga dan waktu dalam membimbing hingga terselesaikannya skripsi.
4. Segenap Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan hingga akhir, semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat dalam kehidupan.
5. Semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan semangat dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 13 Maret 2024



Yulia Afiah

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori .....	12
1. Persepsi Kualitas Produk.....	13
2. Brand Image .....	16
3. Brand Trust.....	19
4. Keputusan Pembelian .....	20
B. Temuan Riset Terdahulu .....	24
C. Pengembangan Hipotesis.....	39
D. Model Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	44
B. Jenis Data.....	45
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	48
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	50
1. Variabel independen .....	50
2. Variabel mediasi.....	51
3. Variabel dependen .....	51
F. Uji Kualitas Instrumen .....	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas .....	55

G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	56
1. Analisis Data .....	56
2. Uji Hipotesis .....	56
BAB IV .....	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
A. Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian .....	62
1. Objek Penelitian .....	62
2. Subjek Penelitian .....	64
3. Deskripsi Responden .....	65
B. Uji Kualitas Instrumen .....	69
Uji Validitas .....	70
4. Uji Reliabilitas .....	71
C. Hasil Penelitian .....	77
D. Pengujian Hipotesis .....	90
1. Hipotesis Secara Langsung .....	90
2. Hipotesis Secara Tidak Langsung .....	94
E. Pembahasan .....	96
BAB V .....	104
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....	104
A. Simpulan .....	104
B. Keterbatasan Penelitian .....	105
C. Saran .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN .....	113
KUISIONER PENELITIAN .....	151

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert .....	50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penulisan.....	51
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden .....	66
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden ..	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	67
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan Responden	69
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4. 9 Interpretasi Kelas Interval .....	73
Tabel 4. 10 Statistika Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk.....	74
Tabel 4. 11 Statistika Deskriptif Variabel Brand Image .....	75
Tabel 4. 12 Statistika Deskriptif Variabel Brand Trust.....	76
Tabel 4. 13 Statistika Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4. 14 Hasil Assessment of Normality .....	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Outlier .....	83
Tabel 4. 16 Hasil Computation of Degrees of Freedom.....	86
Tabel 4. 17 Goodness of Fit .....	87
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	90
Tabel 4. 19 Standardized Direct Effects.....	94
Tabel 4. 20 Standardized Indirect Effects .....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Smartphone di Indonesia.....	5
Gambar 1. 2 Penjualan Smartphone di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Diagram Jalur.....	78
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	113
Lampiran 2 Data Respdn den .....	119
Lampiran 3 Uji Validitas .....	131
Lampiran 4 Uji Reliabilitas .....	132
Lampiran 5 Statistik Deskriptif .....	132
Lampiran 6 Diagram Jalur .....	134
Lampiran 7 Persamaan Struktural .....	134
Lampiran 8 Uji Normalitas .....	135
Lampiran 9 Uji Outlier .....	137
Lampiran 10 Computation of Degrees of Freedom .....	140
Lampiran 11 Uji Goodness of Fit Indexs .....	140
Lampiran 12 Uji Hipotesis Secara Langsung .....	143
Lampiran 13 Uji Hipotesis Tidak Langsung .....	144