



**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME**

Skripsi

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Penyusun

Hesa Dhiaokto Hasabi

14030115130081

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hesa Dhiaokto Hasabi
Nomor Induk Mahasiswa : 14030115130081
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 14 Oktober 1996
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang saya tulis dengan judul

Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme

merupakan sebenar-benarnya karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari skripsi orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak terbukti kebenarannya, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Juni 2022



Hesa Dhiaokto Hasabi
NIM. 14030115130081

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap
Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme

Nama Penyusun : Hesa Dhiaokto Hasabi

NIM : 14030115130081

dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1.

Semarang, 15 Juni 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 199001 1 001


Wakil Dekan I



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP.19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. S. Rouli Manalu S.Sos., MCommst., Ph.D.  (.....)

Dosen Penguji:

1. Djoko Setyabudi S.Sos., M.M.  (.....)

2. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono M.S  (.....)

MOTTO

*“Your duas are never rejected. They are
answered in different ways”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selama proses penyusunan skripsi, penulis memperoleh bantuan dan dukungan yang tak terhitung dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dengan setulus hati kepada :

1. Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat, rezeki serta ridho yang telah diberikan dalam proses pembelajaran ini sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai walaupun dengan berbagai macam rintangan.
2. Hombing Pranyono dan Susmiastri Ning Setiawati selaku orang tua yang memberikan segalanya untuk saya, termasuk support, doa yang tak kunjung henti serta kepercayaan yang luar biasa banyaknya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
3. Adiku, Hesa Azka Basyara. Terima kasih atas perhatiannya, semoga cepet nyusul ya dek!
4. S. Rouli Manalu, S.Sos, McommSt., Ph.D. selaku dosen pembimbing saya sekaligus ketua program studi Ilmu Komunikasi yang tiada hentihentinya memberikan support serta masukannya hingga menguatkan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kak uli selalu diberikan keberkahan oleh Tuhan yang maha kuasa. Kebaikan serta bantuan kak uli akan selalu saya ingat.
5. Nuriyatul Lailiyah, M.I.Kom. dan Dr. Adi Nugroho selaku dosen wali saya yang telah banyak membantu penulis dalam berbagai proses perkuliahan.

6. Djoko Setyabudi S.Sos., M.M. dan Drs. Joyo Nur Suryanto Gono M.S. selaku dosen penguji yang selalu senantiasa memberikan kritik dan saran yang membangun saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
7. Primada Qurrota Ayun, M.A. selaku dosen pembimbing kuliah kerja praktik yang selalu sabar memberikan dukungannya serta kesempatan sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah kerja praktik ini. Semoga kebaikan Mba Ayu dibalas berlipat ganda.
8. Mas Taufik yang sudah sangat sabar dalam membantu penulis meskipun terkadang sudah melebihi jam kerja. Semoga apapun yang mas taufik kerjakan selalu dalam keberkahan dan lindungan-Nya.
9. Roko Tuanany selaku mentor saya baik selama magang dan juga kerja. Walaupun terkadang mas roko sering membuat emosi melalui perkataan dan perilakunya yang nyeleneh. Tapi juga memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan penulis. Kurang-kurangnya bandelnya mas, udah tua.
10. Olivia Anjani, yang sudah terlebih dahulu mendapat gelar S.I.Kom serta selaku orang yang selalu ada disamping aku walaupun dengan halangan dan keadaan aku saat ini. Terima kasih sudah selalu ada, terima kasih juga karena tidak pernah menyerah kepadaku, semoga apapun yang kamu doakan dan usahakan segera mendapat jawaban.
11. Devita Bulandari dan Dyah Ayu yang selalu senantiasa bersedia saya reportkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan permasalahan

skripsi saya selayaknya dosen pembimbing bayangan saya. Semoga apapun yang kalian doakan akan diberikan balasan secepatnya.

12. Mas Nico, Ian, Dany, Nadya, Sheyla, Ais yang merupakan teman-teman baikku semenjak maba hingga sekarang. Terima kasih sudah selalu memberikan support selama kuliah. Walaupun sekarang kita terpisah jarak, semoga apapun yang kalian kerjakan saat ini segera mendapatkan hasilnya ya
13. Richi, Caesa, Sonia yang juga merupakan teman-temanku yang suka mengajarkan hal-hal kurang baik kepadaku, semoga mimpi-mimpi yang sering kita obrolin saat ngumpul dapat tercapai ya dan semoga kalian cepat-cepat tobat dan kembali ke jalan yang benar.
14. Temen-temen BEM Fisip 2015 terima kasih juga karena sudah memberikan saya banyak bekal hidup. Terima kasih atas nasihat dan kritiknya terutama untuk mba alif, mba miftah, mba ratna, oddie, juni, tyas, widhi. Semoga sukses dengan cara kalian masing-masing ya. Dan juga untuk temanku nila, semoga kamu tenang dan ditempatkan di tempat terbaik di sisi-Nya. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik selama hidupmu. Kita semua akan selalu mendoakanmu nil.
15. Teman-teman HMJ SINERGI GUYUB! Terimakasih sudah menjadi keluarga kedua saya sekaligus tempat saya belajar berorganisasi dan juga memberikan tawa serta warna berbeda di kehidupan kuliah penulis.

16. Teman-teman KKN Desa Medono, Yoga, Desi, Ayu, Indah, Luluk, Sera, Shinta, Tendy, Ateng, terima kasih sudah memberikan pengalaman hidup dan kenangan selama 42 hari. Walaupun sebentar tapi kebersamaan kita akan selalu kuingat.
17. Teman-teman magang saya, Agiel, Bima, Caesa, Yani, Frisca, Annisa, Dicky, Alfi, Intan, Dwi, Rizki terima kasih sudah banyak membantu saya ketika magang, semoga kita semua dapat berkumpul Kembali di situasi yang lebih baik lagi di kemudian hari.
18. Anak kosan Sweet Home, terima kasih banyak sudah membantu ku dari awal mula gabung ke kosan hingga satu-persatu keluar karena harus melanjutkan mimpinya. Semoga dapat bertemu lagi dengan situasi yang lebih baik.
19. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015. Terima kasih sudah menjadi keluarga pertama saya di masa perkuliahan ini, walaupun tidak banyak yang saling kenal dekat, namun tetap memberikan warna dan kenangan yang indah. Semoga kita dapat dipertemukan kembali dengan kondisi yang jauh lebih baik lagi
20. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for... for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

ABSTRAK

Judul Skripsi : Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme

Nama : Hesa Dhiaokto Hasabi

NIM : 14030115130081

Maraknya produksi *smartphone* membuat para perusahaan teknologi seakan berlomba-lomba untuk menghadirkan *smartphone* dengan teknologi mutakhir dengan harga yang terjangkau. Hal ini juga yang mendasari perusahaan Realme untuk membuat *smartphone* dengan kualitas terbaik dengan harga terbaik. *Sub-brand* dari merek Oppo ini mulai dibicarakan beberapa tahun belakangan ini. Namun, hal tersebut ternyata tidak membuat Realme meraih lima urutan teratas *smartphone* di Indonesia, dikarenakan kualitasnya yang tidak lebih baik dari kompetitornya sehingga memengaruhi citra dari merek Realme.

Diharapkan melalui penelitian ini, dapat mengidentifikasi hubungan diantara kualitas produk dan citra merek pada keputusan pembelian *smartphone* Realme. Pada penelitian ini, *Lavidge Steiner Model* digunakan dalam menjelaskan variabel X1 yaitu kualitas produk terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian dan teori *Reasoned Action* digunakan untuk menjelaskan variabel X2 terhadap Y. Pada penelitian ini, *non-probability sampling* akan menjadi teknik untuk mengambil sampel menggunakan *purposive sampling*. Sedangkan target yang ingin diteliti adalah masyarakat Kota Semarang yang memiliki *smartphone* Realme dengan rentang usia antara 17-35 tahun.

Sedangkan, analisis yang dipergunakan yaitu regresi linear sederhana untuk menguji keduanya. Hasil uji membuktikan bahwasanya adanya hubungan diantara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000 dan variabel citra merek juga menunjukkan adanya hubungan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi 0,000.

Kata kunci : Kualitas produk, keputusan pembelian, citra merek, Realme

ABSTRACT

Undergrad Thesis : The Relationship between Product Quality and Brand Image to Realme *Smartphone* Purchasing Decisions
Nama : Hesa Dhiaokto Hasabi
NIM : 14030115130081

The upward push of *smartphone* manufacturing makes generation organizations appear to be competing to offer *smartphones* with the present day generation at inexpensive prices. This is likewise what underlies Realme to create *smartphones* with the great first-class on the great prices. This subsidiary of the Oppo emblem has began to be mentioned in the latest years. However, this did now no longer make Realme attain the pinnacle 5 *smartphones* in Indonesia, due to the fact the first-class isn't always higher than its competitors, which impacts the picture of Realme.

This study aims to identify the relationship between product quality and brand image in Realme *smartphone* purchasing decisions. In this study, the *Lavidge Steiner Model* was used in explaining the variable X1, which is product quality to variable Y; purchasing decisions. The theory of *Reasoned Action* was also used to explain variables X2 to Y. The sampling in this study was carried out using *non-probability sampling* with *purposive sampling*. Meanwhile, the target population in this study is the people of Semarang City who have Realme *smartphones* with an age range between 17-35 years.

Meanwhile, the evaluation used is a simple linear regression to check each of the variables. The take a look at effects to display that there's a courting among the product high-satisfactory variable and the acquisition selection with an importance cost of 0.000 and the logo picture variable additionally indicates a courting to the acquisition selection with an importance cost of 0.000.

Keywords : Product quality, purchasing decision, brand image, Realme

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt Tuhan semesta alam yang selalu tiada henti-hentinya memberikan rahmat dan ridhonya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme” ini.

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang menjelaskan suatu hubungan antara kualitas sebuah merek dan citra dari merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme. Penulis menggunakan *Lavidge & Steiner model* dan *Reasoned Action Theory* dan juga dibantu dengan data analisa lapangan dengan menggunakan survey dengan menggunakan regresi linier sederhana.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan dampak baik secara akademis, praktis dan sosial untuk berbagai pihak kedepannya. Penulis menyadari penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna sehingga segala bentuk kritik dan saran akan penulis terima secara terbuka

Semarang, 15 Juni 2022

Hesa Dhiaokto Hasabi

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7

1.4.2	Manfaat Praktis.....	7
1.5.	Kerangka teori.....	8
1.5.1	State of the art.....	8
1.5.2	Paradigma.....	9
1.5.3	Kualitas Produk.....	10
1.5.4	Citra Merek.....	11
1.5.5	Keputusan pembelian.....	12
1.5.6	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian...	13
1.5.7	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	14
1.6.	Hipotesis.....	15
1.7.	Definisi konseptual.....	16
1.7.1	Kualitas Produk.....	16
1.7.2	Citra merek.....	16
1.7.3	Keputusan Pembelian.....	16
1.8.	Definisi Operasional.....	16
1.8.1	Kualitas Produk.....	16
1.8.2	Citra Merek.....	17
1.8.3	Keputusan Pembelian.....	17
1.9.	Metode Penelitian.....	18
1.9.1	Tipe Penelitian.....	18

1.9.2	Populasi dan Sampel	18
1.9.3	Alat dan Teknik Pengumpulan Data	20
1.9.4	Jenis Dan Sumber Data	20
1.9.5	Teknik Pengolahan Data	20
1.9.6	Teknik Analisis Data	21
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN REALME, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>SMARTPHONE</i> REALME	22
2.1	Profil Realme.....	22
2.2	Kualitas Produk	24
2.3	Citra Merek.....	26
BAB III	HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>SMARTPHONE</i> REALME.....	28
3.1	Identitas responden.....	28
3.1.1	Umur Responden.....	28
3.1.2	Domisili	29
3.2	Jawaban responden mengenai Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
3.2.1.	Kualitas Produk	29
3.2.2.	Citra Merek.....	30

3.2.3. Keputusan Pembelian	31
BAB IV HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>SMARTPHONE</i> REALME.....	32
4.1 Uji Hipotesis.....	32
4.1.1 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Realme	33
4.1.2 Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Realme	34
2.1 Pembahasan	35
BAB V PENUTUP.....	38
5.1 Kesimpulan	38
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	44
MATRIKS.....	45
KUESIONER PENELITIAN.....	48
HASIL KUESIONER	51
HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	51
UJI VALIDITAS.....	56

UJI REABILITAS.....	59
UJI KORELASI	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	3
Tabel 3.1.....	29
Tabel 3.2.....	30
Tabel 3.3.....	31
Tabel 4.1.....	33
Tabel 4.2.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	6
Gambar 2.1 Realme C11	22
Gambar 2.2 Realme 8 dan 8i.....	23
Gambar 2.3	25
Gambar 2.4.....	25
Gambar 2.5.....	25
Gambar 2.6.....	27
Gambar 3.1	28

DAFTAR LAMPIRAN

MATRIKS.....	46
KUESIONER PENELITIAN.....	49
HASIL KUESIONER.....	52
UJI VALIDITAS.....	57
UJI REABILITAS.....	60
UJI KORELASI.....	66