

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE XIAOMI*  
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**PEBRIANSYAH SAPUTRA  
NPM 061930601577**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG  
2022**

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**  
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**PEBRIANSYAH SAPUTRA  
NPM 061930601577**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Purwati, S.E., M.M  
NIP 196507111988032002**

**Palembang, Agustus 2022  
Pembimbing II,**

**Rini, S.E., M.A.B  
NIP 196012281990032002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB  
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi  
D-III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pebriansyah Saputra

NPM : 061930601577

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis / Diploma III Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang Saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian Saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir Saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka Saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak yang berkepentingan.

Palembang, 18 November 2022

Yang membuat Pernyataan,



Pebriansyah Saputra  
NPM 061930601577

## LEMBAR PENGESAHAN

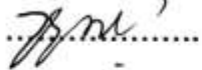


Nama : Pebriansyah Saputra  
NPM : 061930601577  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis / DIII Administrasi  
BisnisMata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan  
Pembelian ( Studi Kasus Mahasiswa Program Studi  
Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri  
Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D3Administrasi Bisnis  
dan dinyatakan LULUS

Pada hari : Rabu

Tanggal : 9 November 2022

### TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Deslochal Djumrianti, S.E., MIS., PhD</u>		<u>19-11-2022</u>
2.	<u>Dra. Esya Alhadi, M.M</u>		<u>18-11-2022</u>
3.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M</u>		<u>19-11-2022</u>

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

***“Love the life you live. Live the life you love.”***  
*(Cintai hidup yang Anda jalani. Jalani hidup yang Anda cintai)*

***(Muhammad Rafli)***

### **Kupersembahkan Kepada:**

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara dan Keluargaku**  
**Sahabat-sahabat terbaikku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman seperjuangan 6 NM Rafli,**  
**Renaldo, Echa dan Rohman**
- **Almamaterku**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan Laporan Akhir ini merupakan salah satu tugas wajib sebagai seorang Mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya agar bisa lulus dari Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Laporan ini membahas tentang *brand image* apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi acuan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan kita semua.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mengarahkan, dan membimbing dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

Palembang, November 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat pada waktunya. Dalam penelitian Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan bimbingan, petunjuk, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri sriwijaya.
5. Ibu Purwati, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang juga telah memberikan saran, solusi, dan membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Rini, S.E., M.A.B selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan saran, solusi, dan membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan terutama kelas 6 NM yang saling memberikan semangat dan dukungan.
10. Teman-teman Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sิริwijaya.
12. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, atas segala bantuan saya ucapkan terima kasih.

Palembang, November 2022  
Penulis



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 82 orang responden yang menggunakan atau pernah menggunakan *Smartphone* Xiaomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Perusahaan Xiaomi disarankan mempertahankan *brand image* karena terbukti bahwa hasil penelitian ini, *brand image Smartphone* Xiaomi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian.***

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of brand Image on Smartphone Xiaomi decisions in students of the Diploma III Business Administration Study Program at the Sriwijaya State Polytechnic. Data was collected by distributing questionnaires to 82 respondents who used or had used a Smartphone Xiaomi. This study uses a quantitative approach. This study uses a simple linear regression analysis technique and hypothesis testing using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) program. The results of the study indicate that brand image has a positive relationship with the decision to Smartphone Xioami for students in the Diploma III Business Administration Study Program at the Sriwijaya State Polytechnic. Xiaomi company advised to maintain brand image because it is proven that the results of this study show that Xiaaomi brand Image has an influence on purchasing decisions.*

***Keywords: brand image, purchase decision.***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.4.2 Manfaat penelitian.....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian .....	6
1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.3 Jenis dan Sumber Data .....	7
1.5.4 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.5.5 Populasi dan Sampel .....	8

	<b>Halaman</b>
1.5.6 Definisi Operasional Variabel.....	10
1.5.7 Analisis Data .....	11
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 <i>Brand</i> .....	15
2.2 <i>Brand Image</i> .....	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	15
2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	16
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	17
2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ....	18
2.3.3 Proses Keputusan Pembelian .....	19
 <b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	21
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	23
3.2.1 Visi Perusahaan .....	23
3.2.2 Misi Perusahaan .....	23
3.3 Logo Perusahaan .....	23
3.4 Struktur Organisasi .....	24
3.5 Uraian Tugas .....	25
3.6 Profil Responden.....	26
3.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Persemester.....	26
3.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	27
3.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	27
3.7 Penilaian Responden .....	28
 <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1 Uji Instrumen .....	31
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
4.1.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-T).....	35

	<b>Halaman</b>
4.1.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
4.1.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	37
4.2 Pembahasan.....	39
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Saran.....	41
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>42</b>
 <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Pra Survey Pengguna <i>Smartphone</i> Xiaomi .....	4
Tabel 1.2 Populasi Mahasiswa Diploma III Administrasi Bisnis .....	8
Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel 3.1 Data Responden Berdasarkan Persemester .....	26
Tabel 3.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 3.3 Data Responden Berdsarkan Umur .....	27
Tabel 3.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	28
Tabel 3.5 Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Pangsa Pasar Ponsel Pintar ( <i>Smartphone</i> ) di Indonesia 2019.....	2
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Ponsel Pintar ( <i>Smartphone</i> ) di Indonesia 2020.....	3
Gambar 1.3 Pangsa Pasar Ponsel Pintar ( <i>Smartphone</i> ) di Indonesia 2021 .....	3
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 3.1 Logo Perusahaan Xiaomi .....	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Xiaomi .....	24
Gambar 4.1 Normal <i>Probability Plot</i> .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 2	Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 3	Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 4	Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 5	Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 6	Lembar Revisi Laporan Akhir
Lampiran 7	Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 8	Kuesioner Penelitian
Lampiran 9	Data Karakteristik Responden
Lampiran 10	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 11	Hasil Uji Parsial (Uji T)
Lampiran 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
Lampiran 13	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
Lampiran 14	tabel r
Lampiran 15	tabel t