

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE*
REALME**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Nia Ramadani

NPM: 41183402210091



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE*
REALME**

Tanggal: 8 Oktober 2025

Oleh:

Nia Ramadani

NPM: 41183402210091

Disetujui

Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE*
REALME**

Tanggal: 15 Oktober 2025

Oleh:

Nia Ramadanani

NPM: 41183402210091

Penguji I



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Penguji II



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Disetujui

Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Ramadani

NPM : 41183402210091

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *smartphone* Realme.

Dengan ini, saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi mana pun, kecuali jika secara tertulis telah disebutkan dalam skripsi ini dan tercantum di daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti adanya unsur plagiarisme atau bentuk penyimpangan lainnya yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik maupun sanksi lain yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 10 September 2025

Yang menyatakan



Nia Ramadani

ABSTRAK

Nia Ramadani (41183402210091)

Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *smartphone* Realme

xviii + 155 halaman + 28 Tabel + 3 Gambar & Grafik + 2 Diagram + 30 Lampiran

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *smartphone* Realme. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka dan kuesioner. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan jumlah sampel 100 responden yang merupakan pengguna *smartphone* Realme. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 27.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa harga (X_1), citra merek (X_2), dan kualitas produk (X_3) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan uji t , variabel harga berpengaruh positif dan signifikan ($t_{hitung} 4,712 > t_{tabel} 1,660$; Sig. $0,000 < 0,05$). Variabel citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan ($t_{hitung} 2,408 > t_{tabel} 1,660$; Sig. $0,018 < 0,05$). Demikian pula, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan ($t_{hitung} 3,469 > t_{tabel} 1,660$; Sig. $0,001 < 0,05$).

Uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $29,125 > F_{tabel} 2,70$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai $R Square$ sebesar $0,476$ menunjukkan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk mampu menjelaskan $47,6\%$ variasi keputusan pembelian konsumen, sedangkan $52,4\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka: 51 (2012 -2025)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *smartphone* Realme". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Isti Pujiastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga sejak proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Kesabaran, ketelitian, dan dukungan yang diberikan menjadi motivasi besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. dan ibu Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M., selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi penyempurnaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi, terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, pengalaman, dan arahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

6. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi, terima kasih atas bantuan, pelayanan, serta dukungan administratif yang sangat membantu kelancaran proses perkuliahan penulis.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suparno dan Ibu Dwi Mursiti, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat terbesar dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas segala doa yang tiada henti, cinta yang tulus, serta pengorbanan tanpa batas baik secara materi maupun nonmateri. Semoga penulis senantiasa dapat membalas segala kebaikan dan membanggakan Bapak dan Ibu di masa yang akan datang.
8. Adik tercinta, Amirah Hasna Muflihah, yang selalu memberikan semangat dan menjadi penyemangat dalam setiap langkah perjalanan ini. Kehadiranmu membawa keceriaan dan motivasi tersendiri bagi penulis.
9. Keluarga Pakde dan Bude, Bapak Eko Mursito dan Ibu Anis Purwanti terima kasih atas kemurahan hati dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, khususnya karena telah memberikan kesempatan dan tempat tinggal selama masa perkuliahan dari awal hingga semester 3. Dukungan dan kehangatan keluarga sangat berarti bagi penulis dalam menjalani masa-masa adaptasi di perantauan.
10. Keluarga Om dan Tante, Bapak Heru Harsono dan Ibu Anita Azahra, terima kasih atas perlindungan, bantuan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis selama berada di tanah rantau. Dukungan kalian memberikan rasa aman dan kenyamanan yang luar biasa selama menempuh pendidikan.
11. Sahabat terbaik, Rizka Humairoh, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan selama empat tahun perkuliahan. Persahabatan ini menjadi bagian berharga dalam perjalanan hidup penulis.
12. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi berharga Anda yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Penulis

juga berharap karya ini dapat memberikan manfaat secara akademis, praktis, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum wr. wb.

Bekasi, 10 Oktober 2025

Penulis,

Nia Ramadani (41183402210091)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
12.2 Rumusan Masalah	16
12.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	17
12.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah.....	18
12.5 Sistematika Pelaporan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Keputusan Pembelian	20
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	20
2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	21

2.2	Harga	22
2.2.1	Definisi Harga	22
2.2.2	Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga	23
2.2.3	Indikator Harga	23
2.3	Citra Merek.....	24
2.3.1	Definisi Citra Merek.....	24
2.3.2	Faktor yang Membentuk Citra Merek	25
2.3.3	Indikator Citra Merek	26
2.4	Kualitas Produk	26
2.4.1	Definisi Kualitas Produk	26
2.4.2	Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk	27
2.4.3	Indikator Kualitas Produk	27
2.5	Penelitian Terdahulu.....	28
2.6	Kerangka Penelitian.....	32
2.7	Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.1.1	Metode Penelitian.....	37
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.1.3	Populasi dan Sampel	38
3.2	Jenis dan Sumber Data	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4	Instrumen Penelitian.....	40

3.4.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
3.4.2	Variabel Harga (X_1).....	42
3.4.3	Variabel Citra Merek (X_2).....	43
3.4.4	Variabel Kualitas Produk (X_3).....	43
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Uji Instrumen.....	44
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	46
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.5.4	Uji Hipotesis Penelitian.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan Realme	50
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Deskripsi Obyek Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden.....	50
4.2.2	Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2.2.1	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.2.2.2	Tanggapan Responden terhadap Harga (X_1).....	57
4.2.2.3	Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (X_2).....	59
4.2.2.4	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X_3).....	61
4.3	Hasil Uji Instrumen	63
4.3.1	Hasil Uji Validitas	63
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	67
4.4	Hasil Asumsi Klasik.....	68

4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	68
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	70
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.6	Hasil Uji Hipotesis	75
4.6.1	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	75
4.6.2	Hasil Uji F (Anova).....	77
4.6.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
4.8	Kelemahan Penelitian.....	84
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
	DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Prasurvei Variabel Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga <i>Smartphone</i> Realme dengan Pesaing 2025	6
Tabel 1. 3 Hasil Prasurvei Variabel Harga.....	7
Tabel 1. 4 Hasil Prasurvei Variabel Citra Merek	11
Tabel 1. 5 Hasil Prasurvei Variabel Kualitas Produk.....	14
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	53
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan	54
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Skor Hasil Jawaban Tentang Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Skor Hasil Jawaban Tentang Harga (X_1)	57
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Skor Hasil Jawaban Tentang Citra Merek (X_2)	59
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Skor Hasil Jawaban Tentang Kualitas Produk (X_3)	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X_1)	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek (X_2)	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_3).....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji F (Anova)	77
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 <i>Top Brand Smartphone</i> di Indonesia 2024	10
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	32

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Merek <i>Smartphone</i> Terlaris di Indonesia 2024.....	2
Diagram 1. 2 Data Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Produk <i>Smartphone</i> Realme	13

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Normal Probability Histogram.....	68
Grafik 4. 2 Normal Probability Plot	69
Grafik 4. 3 <i>Scatterplot</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Identitas Responden	104
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	108
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X_1).....	111
Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X_2)	114
Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_3).....	117
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	120
Lampiran 8 Tabulasi Jawaban 30 Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	122
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_1)	123
Lampiran 10 Tabulasi Jawaban 30 Responden Variabel Harga (X_1).....	125
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_2).....	126
Lampiran 12 Tabulasi Jawaban 30 Responden Variabel Citra Merek (X_2)	128
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_3)	129
Lampiran 14 Tabulasi Jawaban 30 Responden Variabel Kualitas Produk (X_3).....	132
Lampiran 15 Hasil Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	136
Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis	137
Lampiran 18 Tabel Distribusi Nilai r Tabel Signifikansi.....	138
Lampiran 19 Tabel Distribusi Nilai t Tabel (df =81 —120).....	139
Lampiran 20 Tabel Distribusi Nilai F Tabel.....	140
Lampiran 21 <i>Screenshot</i> Data Diagram 1.1, Merek <i>Smartphone</i> Terlaris di Indonesia 2024	141
Lampiran 22 <i>Screenshot</i> Data Tabel 1.2, Perbandingan Harga <i>Smartphone</i> Realme Dengan Pesaing Tahun 2025	143
Lampiran 23 <i>Screenshot</i> Data Diagram 1.2, Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Produk <i>Smartphone</i> Realme	144

Lampiran 24 Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	148
Lampiran 25 SK Pembimbing	149
Lampiran 26 Kartu Partisipan Seminar Proposal Penelitian	150
Lampiran 27 Kartu Bimbingan Skripsi	152
Lampiran 28 Surat Izin Penelitian	153
Lampiran 29 Bukti Turnitin.....	154
Lampiran 30 Daftar Riwayat Hidup	155

Turnitin Skripsi

ORIGINALITY REPORT

28%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

15%
PUBLICATIONS

17%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
3	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
4	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
6	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%
7	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%
9	eskripsi.usm.ac.id Internet Source	1%
10	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
11	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%