

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *DESAIN*  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*IPHONE* DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**FAJRI GUSTIO**  
NPM. 1810011211215

**Dosen Pembimbing :**  
**Reni Yuliviona, S.E., M.Si., Ph.D.**

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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Fajri Gustio

Npm : 1810011211215

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Kamis, 21 Juli 2022.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas bung hatta



Reni Yuliviona, SE.,M.M.,Ph.D



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *DESAIN* PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *IPHONE* DI KOTA  
PADANG**

**Fajri Gustio<sup>1</sup>, Reni Yuliviona, S.E., M.M, Ph.D<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: [fajrigustio18@gmail.com](mailto:fajrigustio18@gmail.com) , [reniyulviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyulviona@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Latar belakang dari skripsi ini yaitu keputusan pembelian produk iPhone kurang diminati oleh pembeli. Padahal produk iPhone sebenarnya memiliki spesifikasi yang bagus dibandingkan smartphone lain dikarenakan produk iPhone memiliki mesin yang sangat baik, dan memiliki desain-desain yang unik bahkan menarik, selanjutnya brand dari iPhone tersebut sudah mendunia. Dengan begitu fokus pembahasan dalam skripsi ini adalah bagaimana memahami pengaruh kualitas produk brand image dan desain produk terhadap keputusan pembelian penggunaan produk iPhone di Kota Padang.

Metode dalam skripsi ini berdasarkan kepada penelitian kuantitatif atau variable, survei yang dirancang untuk menguji pengaruh kualitas produk, brand image dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Sehingga penulis menggunakan sumber penelitian berupa objek, populasi dan sampel.

Hasil dari skripsi ini menunjukkan bahwa hipotesis I diterima. Karena pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima. Dalam hipotesis II ditolak dikarenakan T statistik dan P values tidak mencapai indek. Pada hipotesis III juga ditolak dikarenakan T statistik dan P values juga tidak mencapai atau melebihi indek.

**Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas, Produk**

# THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN ON PURCHASE DECISIONS OF IPHONE PRODUCT USER IN PADANG CITY

**Fajri Gustio<sup>1</sup>, Reni Yuliviona, S.E, M.M, Ph.D<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Department of Management, Faculty of Economy and Business, Bung Hatta University*

<sup>2</sup> *Lecture from of Department of Management, Faculty of Economy and Business, Bung Hatta University*

E-mail: [fajrigustio18@gmail.com](mailto:fajrigustio18@gmail.com) , [reniyulviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyulviona@bunghatta.ac.id)

## ABSTRACT

*The background of this thesis is that the purchase decision for iPhone products is less attractive to buyers. Even though iPhone products actually have good specifications compared to other smartphones because iPhone products have very good engines, and have unique and even interesting designs, then the brand of the iPhone is already worldwide. Thus, the focus of the discussion in this thesis is how to understand the influence of product quality, brand image and product design on purchasing decisions using iPhone products in the city of Padang.*

*The method in this thesis is based on quantitative or variable research, a survey designed to examine the effect of product quality, brand image and product design on purchasing decisions. So the authors use research sources in the form of objects, populations and samples.*

*The results of this thesis indicate that hypothesis I is accepted. Because the influence of product quality on purchasing decisions is accepted. Hypothesis II was rejected because the T statistic and P values did not reach the index. Hypothesis III is also rejected because the T statistic and P values also do not reach or exceed the index.*

**Keywords:** *Effect, Quality, Product*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>14</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENEGMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>21</b>
2.1 Kajian Literatur.....	21
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	21
2.    Pentingnya keputusan pembelian.....	21
2.1.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	22
2.1.2    Kualitas produk.....	24
2.1.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	25
2.1.2.2 Dimensi kualitas produk.....	27
2.1.3    Brand Image.....	30
2.1.3.1    Pengertian brand image.....	30
2.1.3.2    Faktor-faktor pembentukan <i>brand imange</i> .....	31
2.1.3.4    Komponen <i>brand image</i> .....	32
2.1.4    Desain Produk.....	34
2.1.4.1    Pengertian desain produk.....	34
2.1.4.2    Faktor-faktor yang mempengaruhi desain produk.....	35
2.1.4.3    Tujuan desain produk.....	37
2.1.4.4. Dimensi desain produk.....	38
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	39
2.2.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	39
2.2.2    Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	40
2.2.3    Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian.....	41
2.3    Kerangka Konseptual.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian.....	43
2.    Populasi.....	43
3.    Sampel.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45

3.4 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4.1 Kualitas produk.....	45
3.4.2 Brand image.....	48
3.4.1.4 Keputusan pembelian.....	51
3.9 Teknik Analisis Data .....	53
3.5.1 Measurement Model Assesement.....	53
3.6 Analisis Deskriptif .....	54
3.6.1 R Square dan Q square .....	56
3.6.2 Structural Model Assesement .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 <i>Response Rate</i> .....	58
4.2 Profil Responden.....	58
4.3 <i>Measurement Model Assessment</i> .....	62
4.4 Analisis Deskriptif Variabel .....	69
4.4.1 Keputusan pembelian .....	69
4.4.2 Kualitas produk .....	70
4.4.3 Brand image .....	71
4.4.4 Desain produk .....	72
4.5 <i>Structural Model Assessment</i> .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Implementasi Penelitian.....	79
5.3 Saran-Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>