

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE OPPO
(Studi Kasus pada Pengguna Oppo Jakarta Barat)**

SKRIPSI



Nama : Moh. Syarifudin Alamsyah

Nim : 43117010327

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE OPPO**

(Studi kasus pada pengguna Oppo di Jakarta barat)

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Moh Syarifudin Alamsyah

NIM: 43117010327

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh. Syarifudin Alamsyah

Nim 43117010327

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2021



Moh. Syarifudin Alamsyah

43117010327

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moh Syarifudin Alamsyah
NIM : 43117010327
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada smartphone Oppo
Tanggal Sidang : 21/07/2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, SE., M.SM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
07210181



Please Scan
QRCode to
Verify

ABSTRACT

This study aims to see (1) the effect of quality on purchases on Oppo smartphones (2) the influence of decisions on purchasing decisions on Oppo smartphones (3) the influence of brand image on purchasing decisions on Oppo smartphones. This study uses quantitative methods and the sample is 112 who have made purchases on oppo smartphones in the West Jakarta area, using purposive sampling and the data obtained were analyzed using the SPSS technique (Statistical Package for Social Sciences) through the IBM SPSS 25 software. The results of this study shows that the product quality test and image have a positive and significant effect, while the price has a negative and not significant effect on purchasing decisions on oppo smartphones in West Jakarta.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo (3) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan sampelnya berjumlah 112 yang telah melakukan pembelian pada *smartphone* oppo di area Jakarta Barat, menggunakan *purposive sampling* dan data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) melalui software IBM SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan sedangkan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* oppo di Jakarta Barat

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan karunia Tuhan Yang Maha Kuasa, berkat Rahmat dan Karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Oppo (Studi Kasus pada Pengguna Oppo di Jakarta Barat)”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis. Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan trimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. H Sony Indrajaya, M.M selaku Kaprodi Manajemen S1 Universitas Mercu buana
4. Dr. Janfry Sihite, SE., MSM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu serta dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasanya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah bagi Bapak/Ibu.amin
6. Teristimewa kepada Orang Tua Sumirat dan Sukardi , yang selalu mendoakan,

,memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik terimakasih sudah mendukung saya.

7. Teman-teman seperjuangan terimakasih telah menemani perjalanan pendidikan sejak awal hingga menyelesaikan tugas akhir ini, dan teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2017 terkhusus untuk teman dekat saya Adha Fajrian dan Chairul Umam. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini.

Jakarta, 23 Juli 2021



Moh. Syarifudin Alamsyah

DAFTAR ISI

Halaman Judul	Halaman
SURAT PERNYATAAN SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN , DAN	
HIPOTESIS.....	13
A. Kajian pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2, Pemasaran	14
3, Perilaku Komsumen.....	15
4, Keputusan Pembelian	19
5, Kualitas Produk.....	22
6, Harga.....	24
7, Citra Merek.....	26
8, Penelitian Terdahulu.....	27
B, Hipotesis.....	31
C, Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A, Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
B, Desain Penelitian.....	34
C, Definisi dan Operasional Variabel.....	34
D, Operasional Variabel.....	37
E, Pengukuran Variabel.....	38
a, Populasi Dan Sampel Penelitian.....	39
1, Populasi.....	39
2, Sampel.....	39
b, Teknik Pengumpulan Data.....	40
c, Jenis Data Penelitian.....	41
d, Metode Analisis Data.....	41
1, Statistik Deskriptif.....	42
2, Uji Kualitas Data.....	42
3, Uji Asumsi Klasik.....	44
4, Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A, Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
2. Analisis Karakter Profil Responden.....	50
b. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	51
c. karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
1. Hasil Uji validitas.....	60
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	63
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Hasil uji Normalitas.....	65
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
3. Hasil Uji Heteroskedastitas.....	68
4, Analisis Regresi Linier Berganda.....	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A.Kesimpulan.....	80
B.Saran.....	80
1.Saran Untuk Perusahaan.....	80
2.Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand index	4
Tabel 1. 2 Top Brand index	4
Tabel 1. 3 perbandingan oppo dan Samsung	5
Tabel 1. 4 hasil prasurvey	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operional	40
Tabel 3. 2 Intrument Skala Likert	42
Tabel 3. 3 Cara Perhitungan Sampel	43
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	54
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	54
Tabel 4. 4 Hasil uji Deskriptif Kualitas Produk	56
Tabel 4. 5 Hasil uji Deskriptif Harga	58
Tabel 4. 6 Hasil uji deskriptif Citra merek	59
Tabel 4. 7 Hasil uji deskriptif Keputusan pembelian	60
Tabel 4. 8 Hasil uji Validitas Kualitas produk	62
Tabel 4. 9 Hasil uji Validitas Harga	63
Tabel 4. 10 Hasil uji Validitas Citra merek	64
Tabel 4. 11 Hasil uji Validitas Keputusan pembelian	64
Tabel 4. 12 Hasil uji Reabilitas	65
Tabel 4. 13 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4. 14 Hasil uji multikolinearitas	69
Tabel 4. 15 Hasil analisis regresi linear berganda	71
Tabel 4. 16 Hasil uji koefisien determinasi (R²)	72
Tabel 4. 17 Hasil uji F	74
Tabel 4. 18 Hasil uji koefisien regresi (uji t)	75
Tabel 4. 19 Hasil uji Statistik	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Smartpone.	2
Gambar 1. 2 Indonesia top 5 companies.....	3
Gambar 2. 1 Proses Keputusan pembelian.	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.	33
Gambar 4. 1 Hasil uji Normalitas.....	65
Gambar 4. 2 Hasil uji Heteroskedastisitas.....	68