

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

**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
Magdalena Ratnasari
18022000080**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

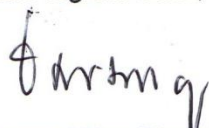
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Magdalena Ratnasari
Nomor Pokok : 18022000080
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Merdeka Malang)

Malang, Desember 2022

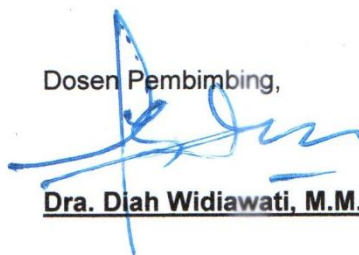
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi,



Mohamad Nur Singgih, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing,



Dra. Diah Widiawati, M.M.



Dekan
Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rudy Wahyono M.Si

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

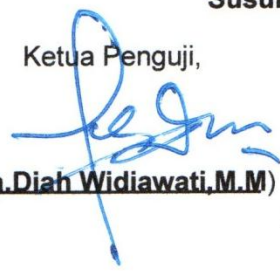
**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:
MAGDALENA RATNASARI
18022000080**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal,;.....

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji,


(Dra. Diah Widiawati, M.M)

Sekretaris Penguji


(Drs. Nirwana, M.M)

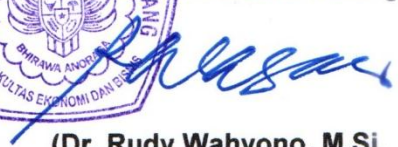
Anggota Penguji


(Rofikul Amin, SE, MM.)

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Malang,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang




(Dr. Rudy Wahyono, M.Si.)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Magdalena Ratnasari

Nomor Pokok : 18022000080

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi :

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Merdeka Malang)

Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asal : La,o Kelurahan Wali Kecamatan Langke Rembong
Ruteng Manggarai Nusa Tenggara Timur

No. HP : 081336379281

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya



Malang, Desember 2021
Peneliti,


Magdalena Ratnasari

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Magdalena Ratnasari

Nomor Pokok : 18022000080

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : La,o 09 Maret 1999

Alamat : Manggarai Ruteng Nusa Tenggara Timur

Nama Orang Tua (Ayah) : Stevanus Robin

(Ibu) : Paulina Merlin Ganus

Riwayat Pendidikan :

- 2006 – 2012 : SDI La,o
- 2012 – 2015 : SMPN 4 Langke Rembong
- 2015 – 2018 : SMA Widiya Bhakti Ruteng
- 2018 – 2021 : Terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Merdeka
Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa atas rahmat dan Karunia-Nya yang besar dan tidak pernah putus, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, dan Promosi terhadap keputusan Beli Smartphone Oppo (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang)”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk meraih gelar Kesarjanaan dibidang Ekonomi Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang turut serta dalam memberikan dukungan kepada penulis
2. Mohamad Nur Singgih, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan bimbingan, kritik, masukan, serta pendampingan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Diah Widiawati, M.M. selaku Pembimbing yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan pada waktunya.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Khususnya Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang yang telah banyak memberikan ilmu selama masa perkuliahan

5. Kedua Orangtua saya dan saudaraku yang selalu memberikan dukungan support dan do'a dalam menyelesaikan studi S1.
6. Frederikus Dovi Aventus Pacar saya yang selalu memberikan dorongan, dukungan dan memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Rizal dan Monika kedua kakak saya yang yang selalu mendukung dan memberikan *support* kepada saya, serta teman saya Sesili yang paling baik yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Dan seluruh teman teman saya angkatan 2018 terutama untuk kelas Manajemen B,terimakasih banyak atas semuanya sampai berjumpa lagi dilain kesempatan.

Malang, Desember 2021

Magdalena Ratnasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iiiv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSRTACT.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teori yang Melandasi Permasalahan Penelitian Dan Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
1. Kualitas Produk	7
2. Klasifikasi Produk	10
3. Atribut Produk.....	11
4. Citra Merek.....	12
5. Penelitian Terdahulu Yang Relavan.....	25
6. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	26
B. Pengembangan Hipotesis.....	25
1.Hipotesis	28
BAB III : METODE PENELITIAN	30
A. Definisi Oprasional Variabel	30
1. Variabel bebas / <i>independent</i> variabel (X)	30

2. Variabel terikat / <i>independent</i> variabel (Y)	31
B. Lingkup Penelitian	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	32
1. Populasi.....	32
2. Teknik Penarikan Sampel.....	32
E. Sumber Data dan Jenis Data.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Sejarah Smartphone OPPO.....	39
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	41
1. Hasil Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	43
C. Deskripsi Jawaban Responden	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda	66
5. Hasil Uji Hipotesis.....	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Beli Smartphone Oppo	71
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Beli Smartphone Oppo	72
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Beli Smartphone Oppo	73
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
C. Keterbatasan Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	54
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	58
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Beli	62
Tabel 10 Hasil Persamaan Regresi.....	67
Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	28
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Output Uji Validitas & Reliabilitas	84
Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden	94
Lampiran 4 Output Regresi Linier Berganda	103

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi secara simultan terhadap keputusan beli *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang; Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Merdeka Malang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sample* dengan kriteria mahasiswa yang menggunakan *smartphone* Oppo. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari pernyataan-pernyataan meliputi indikator-indikator variabel kualitas produk, citra merek, promosi dan keputusan beli. Pengujian instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis statistik inferensial yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji simultan, uji parsial, uji koefisien determinasi dan uji dominasi pengaruh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan pada variabel kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan beli *smartphone* Oppo. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial yang ditunjukkan oleh masing-masing variabel kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan beli *smartphone* Oppo; Variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan beli *smartphone* Oppo yaitu promosi yang baik.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti serupa dimasa yang akan datang sebagai kontribusi terkait variabel keputusan beli; Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan beli *smartphone* Oppo seperti *brand ambassador*, *word of mouth* dan sebagainya serta menambah jumlah sampel agar hasil penelitian lebih akurat dalam menganalisis keputusan beli *smartphone* Oppo.

Kata kunci: Kualitas produk, citra merek, promosi, keputusan Pebelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, brand image, and promotion simultaneously on purchasing decisions for Smartphones for students of the Faculty of Economics and Business, Merdeka University, Malang; The type of research used in this research is quantitative research. The population in this study were students at the University of Merdeka Malang with a sampling technique that was purposive sample with the criteria of students using smartphones Oppo. The sample in this study amounted to 100 people. The data collection technique used a questionnaire consisting of statements including indicators of product quality variables, brand image, promotions and purchasing decisions. The research instrument testing used is the validity test and the reliability test. Inferential statistical analysis used is multiple linear regression analysis, simultaneous test, partial test, coefficient of determination test and influence dominance test.

The results showed that there was a simultaneous positive and significant influence on product quality, brand image and promotion variables on the purchase decision smartphones Oppo. There is a positive and partially significant effect shown by each variable of product quality, brand image and promotion on the purchasing decision smartphones Oppo. The variable that has the greatest influence on the decision to buy smartphone Oppo

The results of this study can be used as a reference for similar researchers in the future as a contribution to the purchase decision variable; For further researchers, it is recommended to use other variables that influence the decision to buy smartphones Oppo brand ambassadors, word of mouth and so on and increase the number of samples so that the research results are more accurate in analyzing the buying decisions smartphones Oppo

Keywords: Product quality, brand image, promotion, purchase decision.