



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE OPPO**

**(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Bahrul Ulum
NIM. 14.1041.1250**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bahrul Ulum

NIM : 1410411250

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Angkatan 2014)** adalah hasil karya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 04 April 2019

Yang menyatakan,

Bahrul Ulum

NIM. 1410411250

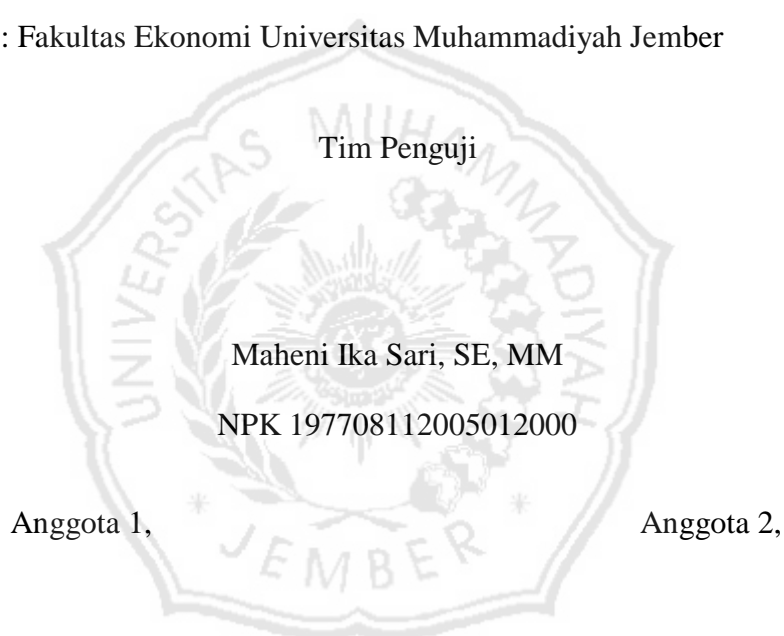
PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada

Hari : KAMIS

Tanggal : 04 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Drs. M. Naely Azhad, M.SI
NPK 196612311993031006

Nur Saidah SE, MM
NPK 15 09 637

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, Msi
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, Msc
NPK 85 03 125

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

"Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman."

(Q.S. Al-Imran: 139)

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rizki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya"

(Q.S. Ath-Thalaq: 2-3)

PERSEMBAHAN

Hasil karya tulis ini kupersembahkan untuk semua orang yang menjadi bagian dalam hidupku :

- **Allah SWT**, segala puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diberikan kemudahan.
- **Achmad Khudori dan Ifrohatul Hasanah** kedua orang tuaku tercinta yang sudah mendidik, membesarkan saya dan memberikan motivasi saat mengerjakan skripsi ini, tanpa kenal lelah rela bekerja keras dalam membiayai kuliahku sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- **Agustin Putriani**, orang yang aku kasihi dan aku sayangi yang selalu memberikan dukungan serta setia menemaniku selama ini.
- Kepada dosen pembimbingku **Bapak M. Naely Azhad dan Ibu Nur Saidah**, terima kasih atas bimbingan serta kesabarannya dalam membimbing dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- **Ibu Maheni Ika Sari** selaku dosen Penguji terima kasih atas bimbingan dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- Sahabat-sahabat Tercinta **Anissaul Istifadah, Evi Dwi Mey W, Desy Khoirun Nisa', Novita Wahyu Ningsih, Myta Aprilian, Fiera Retno H, Dani, Ihsan, Ridho, M. Lucyl (Kadal Mrengud Squad)** yang selalu memberikan support dan motivasi, semangat, dukungan dan doa sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
- Seluruh teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Almamater yang aku banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014)”.’.

Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. M. Hazmi, DESS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar, MSc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku dosen Penguji terima kasih atas bimbingan dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak M. Naely Azhad, M.SI, selaku pembimbing I dan Ibu Nur Saidah SE, MM., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember, 04 April 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 <u>Latar</u> Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.1.4 Perilaku Pemasaran	11
2.1.5 Minat Beli.....	12
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli	12
2.1.5.2 Indikator-indikator Minat Beli	14
2.1.6 Harga	15
2.1.6.1 Pengertian Harga	15
2.1.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	15
2.1.6.3 Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.1.6.4 Indikator-indikator Harga	18
2.1.7 Citra Merek	18
2.1.7.1 Pengertian Citra Merek	18
2.1.7.2 Indikator-indikator Citra Merek	21
2.1.8 Atribut Produk	21
2.1.8.1 Pengertian Atribut Produk	21
2.1.8.2 Indikator-indikator Atribut Produk.....	24

2.2	PenelitianTerdahulu.....	25
2.3	Kerangka Konseptual.....	26
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	IdentifikasiVariabel.....	30
3.2	DefinisiOperasionalVariabel.....	30
3.2.1	Variabel Independen	30
3.2.2	VariabelDependen.....	32
3.3	Desain Penelitian	32
3.4	Jenis dan Sumber Data	33
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder.....	33
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel.....	33
3.5.1	Populasi.....	33
3.5.2	Sampel.....	33
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6.1	Kuesioner	34
3.6.2	Studi Pustaka.....	35
3.7	Skala Pengukuran.....	35
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Statistic Deskriptif	35
3.8.2	Uji Instrumen Data.....	36
3.8.2.1	Uji Validitas	36
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	37
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	38
3.8.4.1	Uji Multikolinearitas	38
3.8.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.8.4.3	Uji Normalitas.....	39
3.8.5	Uji Hipotesis	39

3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial).....	39
3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)	40
3.8.5.3 Uji R ² (KoefisienDeterminasi)	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan <i>Smartphone</i> Oppo	43
4.1.2 Sejarah Perkembangan <i>Smartphone</i> Oppo	45
4.1.3 Visi dan misi Perusahaan <i>Smartphone</i> Oppo	47
4.2 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.1.1 Jenis Kelamin	48
4.2.1.2 Usia	49
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.2.2.1 Harga	49
4.2.2.2 Citra Merek.....	51
4.2.2.3 Atribut Produk.....	53
4.2.2.4 Minat Beli.....	55
4.2.3 Uji Instrumen Data	57
4.2.3.1 PengujianValiditas Data.....	57
4.2.3.2 Pengujian Reliabilitas Data	58
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.5.1 Pengujian Multikolonearitas.....	61
4.2.5.2 Pengujian Heteroskedastisitas	62
4.2.5.3 Pengujian Normalitas	63
4.2.6 Uji Hipotesis.....	64
4.2.6.1 Uji T (Uji Parsial).....	64
4.2.6.2 Uji F (Uji Simultan)	66
4.2.6.3 Koefisien Determinasi (R ²)	66
4.2 Pembahasan.....	67
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	70

5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	70
5.2.1 Bagi Perusahaan	70
5.2.2 Bagi Penulis	71
5.2.3 BagiPenelitiSelanjutnya.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Pangsa Pasar <i>Handphone</i>	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis usia	49
Tabel 4.3	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	50
Tabel 4.4	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek.....	52
Tabel 4.5	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Atribut Produk	54
Tabel 4.6	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Minat Beli	56
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas	58
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.11	Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji F	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastiditas	62
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Identitas Responden
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner Frekuensi
- Lampiran 4 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 Tabel R Product Moment, dan Tabel Distribusi T



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dan Thamrin 2013. *Manajemen Pemasaran. cet. H.* Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Desi Arista, Elisabeth. Jurnal “*Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy di Kota Semarang*”.
- Ghozali. Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, JILID 2, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran. Edisi 11.* Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran.*Jilid 1 dan 2 Edisi 12.
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- S.A. Surachman, (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek.* Malang Bayumedia Publishing.
- Schiffman dan Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen.* Edisi 7, Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon G, And Leslie L, Kanuk, 2000. *Costumer Behavior*, Fifth Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Edisi 1, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis:* Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wasis Kristyatmoko, Yulius. *“Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli Tablet Samsung Galaxy TAB”* (Universitas Negeri Surabaya)

Web :

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab1/2012-1-00346-IF%20Bab1001.pdf>

[file:///C:/Users/Asus/Downloads/17.04.3362_bab1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/17.04.3362_bab1%20(1).pdf)

<https://review.bukalapak.com/gadget/sejarah-perkembangan-oppo-di-indonesia-hingga-sepopuler-saat-ini-2772>

<https://opposmartphonecp.wordpress.com/visi-misi/>

