



**PENGARUH MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
OPPO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh:

Dimas Andri Prakoso Wibowo

NIM 14.10.41.11.65

FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dimas Andri Prakoso Wibowo

NIM : 1410411165

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : pengaruh merek, persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone oppo pada mahasiswa prodi manajemen universitas muhammadiyah jember. Adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada istitusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keasliannya, keabsahan 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 dikemudian hari ada pihak-pihak yang di rugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Mei 2018

Yang menyatakan,

Dimas Andri Prakoso Wibowo

PERSETUJUAN SKRIPSI



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA
PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

Oleh:

Dimas Andri Prakoso Wibowo

NIM 14.10.41.11.65

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : **SENO SUMOWO SE, MM**

Dosen Pmbimbing Pendamping : **YUSRON ROZZAID SE, Msi**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Pengaruh Merek, persepsi harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. NURUL QOMARIYAH, MM
NPK 06 03 426

Anggota 1,

Anggota 2,

SENO SUMOWO, SE, MM
NPK 01 09 288

YUSRON ROZZAID, SE, M.Si
NPK 11 13 577

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. ARIK SUSBIYANI, SE, M.Si
NPK. 01 09 289

Drs. ANWAR, M.Sc
NPK. 85 03 125

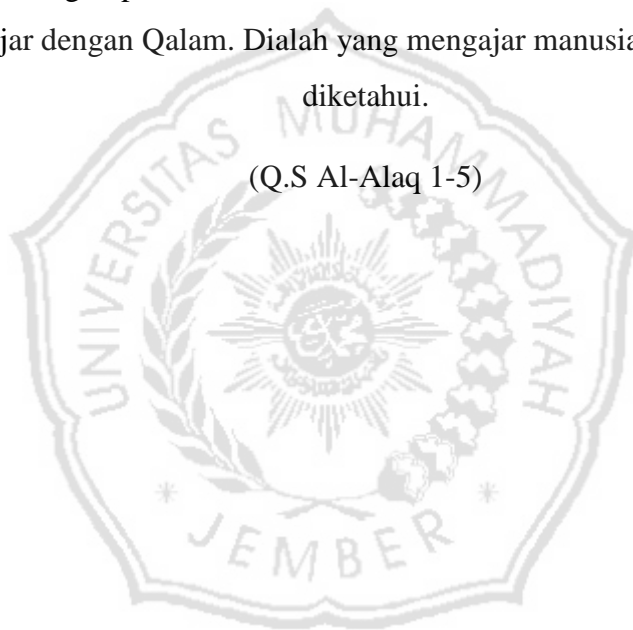
MOTTO

Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakiNYA. Barang siapa yang mendapatkan hikmah sesungguhnya ia telah mendapatkan kebajikan yang banyak. Dan tiadalah yang menerima peringatan melainkan orang-orang yang berakal.

(Q.S. Al-Baqarah, 269)

Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. bacalah, dan Tuhanmulah YangMaha Pemurah, yang mengajar dengan Qalam. Dialah yang mengajar manusia segala yang belum diketahui.

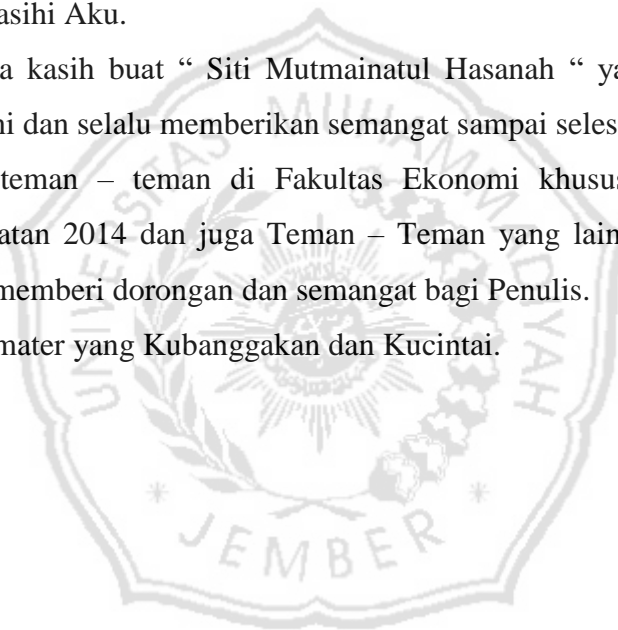
(Q.S Al-Alaq 1-5)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillah Kepada SWT Rasa Terima Kasih, Penulis Persembahkan Karya Tulis ini Kepada:

1. Terima kasih buat orangtuaku, bapakku ABDUL AZIZ dan ibukku INSANI Yang Senantiasa Mencerahkan Do'a dan Kasih Sayangnya Yang Tulus, Mendidik Dan Membimbing Dengan Penuh Kasih Sayang, Kesabaran, Keiklasan, dan Tak Pernah Mengenal lelah semoga Allah SWT. Senantiasa Mengasihi Beliau Berdua Sebagaimana Beliau Mengasihi Aku.
2. Terima kasih buat “ Siti Mutmainatul Hasanah “ yang selama ini telah nemi dan selalu memberikan semangat sampai selesainya skripsi ini.
3. Buat teman – teman di Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen D angkatan 2014 dan juga Teman – Teman yang lain terima kasih kalian telah memberi dorongan dan semangat bagi Penulis.
4. Almamater yang Kubanggakan dan Kucintai.



ABSTRAK

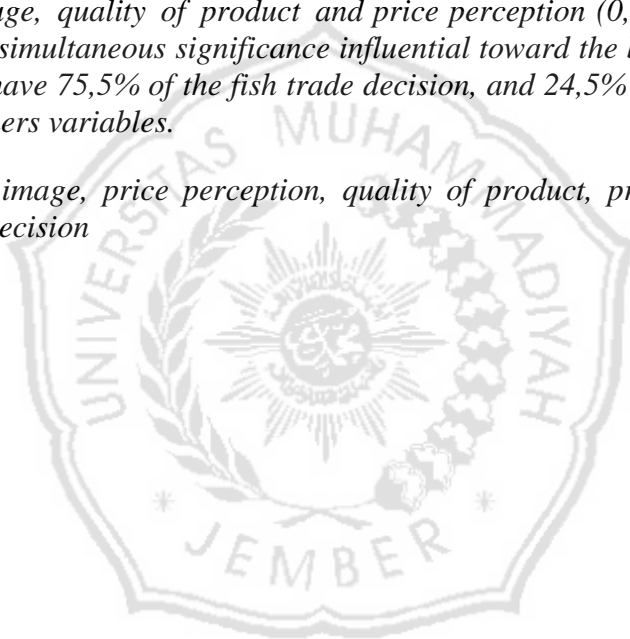
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari empat variable yaitu Merek (X1), Persepsi harga (X2), Kualitas produk (X3) dan Promosi(X4) terhadap Keputusan pembelian Smartphone Oppo. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden, yaitu mahasiswa fakultas ekonomi program studi manajemen angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *puposive sampling*, yang bertujuan untuk pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu, pada penelitian ini analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas) dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel Citra merek (X1) Persepsi harga (X2), Kualitas produk (X3) dan Promosi (X4), semuanya berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian Smartphone Oppo, dan dari pengolahan data uji t diperoleh hasil Citra merek (0,000), persepsi harga (0,000) kualitas produk (0,001) dan promosi (0,002), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo. Dari hasil uji F diperoleh hasil Citra merek, persepsi harga, Kualitas produk dan promosi (0,000), semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo. Keempat variabel ini berpengaruh sebesar 75,5%, terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo sedangkan sisanya sebesar 24,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Citra merek, Persepsi harga, Kualitas produk, dan Promosi Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The aim is to know the effect of four variables, which are brand image (X1), price perception (X2) quality of product (X3) and promotion (X4) to the buying decision of Smartphone Oppo. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 100 respondents of student's of economy at muhammadiyah university of jember with non probability the sampling purposive sampling technicue. for sampling based on the consideration of certain and criteria requirements, data instrument test (Normality test, Multicolinearity test, Heterostkedasticity test) and hyphothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that brand image (X1), price perception (X2) quality of product (X3) and promotion (X4) variable have the positive effect for the buying decision. From t test resulting service brand image (0,000), price perception (0,000) quality of product (0,000) (0,001), and promotion (0,002) that mean all of three variables have significance influential toward the buying decision of smartphone Oppo. From F test resulting brand image, quality of product and price perception (0,000), that mean all of four variables have simultaneous significance influential toward the buying decision. All of the three variables have 75,5% of the fish trade decision, and 24,5% of the rest percentage is effected by the others variables.

Key Words: *brand image, price perception, quality of product, promotion and the buying decision*



KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya panjatkan Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember” Sebagai manusia biasa yang tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat berguna dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Hazmi, DESS, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, S.E.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar, M.sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Jember.
4. Bapak SENO SUMOWO SE,MM dan YUSRON ROZZAID selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Pada bagian pengajaran Mas Daniel dan Mba Ila terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan penulis.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.

Jember, 28 juni 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
 BAB I.PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
 BAB II.TINJAUAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Merek.....	11
2.1.1.1 Pengertian Merek.....	11
2.1.1.2 Dimensi Merek.....	12
2.1.2 Harga.....	14
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.1.2.2 Dasar Penetapan Harga.....	15
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	15

2.1.2.4 Dimensi Harga.....	17
2.1.3 Kualitas Produk.....	17
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Promosi	19
2.1.4.1 Pengertian Promosi.....	20
2.1.4.2 Tujuan Promosi.....	21
2.1.4.3 Dimensi Promosi.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5.2 Komponn Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5.3 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.5.4 Peran Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
 BAB III.METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variiabel.....	30
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknis Pengukuran Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2 Uji Reliablitas.....	37
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.5 Uji Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.....	41
4.1.2 Program Studi Manajemen.....	42
4.1.2.1 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen.....	42
4.1.3 Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember..	44
4.1.3.1 Organisasi dan Tata Laksana.....	44
4.1.3.2 Tugas Pokok Masing-Masing Bagian.....	44
4.2 Deskripsi Statistik Responden.....	50
4.2.1 Populasi dan Sampel.....	50
4.2.2 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	50
4.3 Analiisi Data.....	63
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	63
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data.....	63
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas.....	63
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	67
4.3.2.1 Pengujian Normalitas.....	67
4.3.2.2 pengujian Linearitas.....	68
4.3.2.3 Pengujian Multikolinearitas.....	68
4.3.2.4 Pengujian Heterokedastisitas.....	69
4.4 Pengujian Hipotesis.....	70
4.4.1 Uji T.....	70
4.5 Pembahasan.....	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1.3.2.1 Struktur Organisasi	49
Gambar 4.3.2.1 Uji Normalitas.....	67
Gambar 4.3.2.4 Uji Heterokedastisitas.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Peningkatan Pengiriman Ponsel tahun 2013-2015.....	1
Tabel 1.1.2 Pertumbuhan Penggunaan Ponsel Smartphone Oppo.....	3
Tabel 1.1.3 Data Penjualan Smartphone Oppo.....	6
Tabel 1.4 Data Pra penelitian Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo.....	7
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik Responden.....	50
Tabel 4.2.2.1 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Merek.....	51
Tabel 4.2.2.2 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga.....	54
Tabel 4.2.2.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.2.2.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi.....	59
Tabel 4.2.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas.....	64
Tabel 4.3.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	65
Tabel 4.3.1.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.3.2.2 Hasil Uji Linearitas.....	68
Tabel 4.3.2.3 Hasil Uji multikolinearitas.....	69
Tabel 4.4.1 Hasil Uji T.....	71

DATAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufik. 2007. *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buku Pedoman Penyusunan Sekripsi FE-UMJ 2013. Badan Penerbit Uneversitas Muhammadiyah Jember.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodoogi Penelitian Kuantatif, Ekonomi dan Kebijaksanaan Publik Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodoogi Penelitian Kuantatif*. Jakarta: Kencana
- Fausan, Ahmad.2013. *Pengaruh Atribut Produk Honda Metik Terhadap Keputusan Pembelian* . Sekripsi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ferdinand, Agusty. 2009 *Pengembangan Minat Beli Merk Extensi*. Semarang: Universitas Deponegoro
- <http://hargahpoppo.com/daftar-harga-hp-oppo/>.
- Kotler Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Pertama*, Andy, Yogyakarta.
- Kotler, philip .2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 10*, PT. Prebalindo, Jakarta
- Kotler, Philip Amstrong, Gary.2006. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1. Edisi Kelima*. Intermedia. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstong. Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke enam, 12. Alih bahasa Benyamin Molan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstong. 2006. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke enam*, Jilid 1. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Keller, (Terj). 2008. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : Prehalindo.
- Kotler, philip. 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Imam Nurmawan* Jakarta : Erlangga.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Tehnik dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta
- Maholtra, Naresh, K. 2008 *Maketing Research An Applied Prientation*. Prentice Hall, London
- Nasution. 2010. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta : PT. Bumi Aksara

- Prayitno, Duwi, 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta
- Riduan. 2007. *Metode dan Menyusun Tesis*, Bandung : Alfabeta.
- Saladin, Djaslim.2008. *Manajemen Pemasaran, Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung : CV Linda Karya.
- Santono. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Empat*, Yogyakarta : BPFE.
- Sarwoko. 2007 . *Statiska Infrensi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Perbit Andi.
- Satriawan, Tutut Sasi .2013. *Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Quick Chicken Di Jember*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Silvano, Galen.2012. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel MITTO*. Sekripsi S1 Kampus Palembang.
- Sugiyono.2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung alfabeta
- Sutisna.2008. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tika, Moh. Pambudi. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran edisi 2* , cetakan ke lima. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Penerbit Andi* . Yogyakarta