



PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*

OPPO DI KUDUS

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh

GATOT KISWORO

2014-11-438

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2019

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO
DI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal , 26 Agustus 2019

Kudus, 26 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dina Lusianti, SE., MM)

NIDN. 0630098401

Pembimbing 1



(Sutono, SE. MM.Ph.D)

NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Dian Wismar'ain., SE, MM)

NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kegagalan yang menyebabkan tersipu lebih mulia daripada keberhasilan yang membuat sombong

Sukses diperoleh bukan oleh orang yang hidup dalam kemewahan, tetapi oleh siapa saja yang selalu berjuang.

Usaha tanpa cita-cita, berarti salah arah. Cita-cita tanpa usaha, berarti impian muluk belaka

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat.
2. Adiku tersayang.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu memotivasiku.
4. Untuk Almamater UMK.
5. Almamaterku tercinta Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Kudus”**.

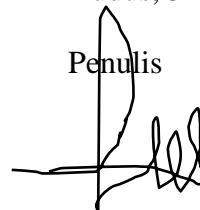
Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Dr. H. Suparno, SH. MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin pada penelitian ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta dosen pembimbing yang telah memberikan pedoman pengarahan skripsi.
3. Ibu Dina Lusiana, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang memberikan pengarahannya pada Program Studi Manajemen.
4. Bapak Sutono, SE. MM.Ph.D, selaku dosen pembimbing pertama yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.

5. Ibu Dian Wismar'ain., SE, MM, selaku dosen pembimbing pertama yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
6. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu memberikan kasih sayangnya, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus, 5 Agustus 2019

Penulis



Gatot Kisworo

NIM 2014-11-438

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO DI KUDUS

GATOT KISWORO
2014-11-438

Pembimbing 1 : Sutono, SE. MM. Ph.D
2 : Dian Wismar'ain., SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, promosi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO di Kudus. Objek dalam penelitian ini adalah *smartphone* OPPO dengan sampel pada pengguna *smartphone* OPPO di Kudus. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 166 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji t parsial dan uji F berganda. Proses perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, kualitas produk, promosi dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara berganda menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, promosi *word of mouth*, keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND
WORD OF MOUTH ON THE DECISION OF PURCHASING OPPO
SMARTPHONE IN KUDUS**

GATOT KISWORO
2014-11-438

Advistor 1 : Sutono, SE. MM. Ph.D
2 : Dian Wismar'ain., SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality, promotion and word of mouth on OPPO smartphone purchasing decisions in Kudus. The object in this study is the OPPO smartphone with a sample of OPPO smartphone users in Kudus. This type of research is descriptive. The sample in this study were 166 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis accompanied by partial t test and multiple F test. The calculation process uses the help of the SPSS version 24.0 application. The results of the testing show that partially the price variable, product quality, promotion and word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions. Multiple test results indicate that all independent variables together have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, product quality, word of mouth promotion, purchasing decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	19

2.2 Harga	20
2.2.1 Pengertian Harga	20
2.2.2 Penetapan Harga	21
2.2.3 Indikator Harga.....	22
2.3 Kualitas Produk	23
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	23
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.3.3 Kualitas Produk	26
2.4 Promosi.....	26
2.4.1 Pengertian Promosi.....	26
2.4.2 Alat-alat Promosi Penjualan.....	28
2.4.3 Manfaat Promosi Penjualan	28
2.4.4 Indikator Promosi Penjualan	29
2.5 <i>Word Of Mouth</i>	29
2.5.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	29
2.5.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	31
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.6.1 Hubungan atas Harga dan Keputusan Pembelian.....	32
2.6.2 Hubungan atas Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	33
2.6.3 Hubungan atas Promosi dan Keputusan Pembelian ...	34
2.6.4 Hubungan atas <i>Word Of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian.....	34

2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	35
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.9 Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

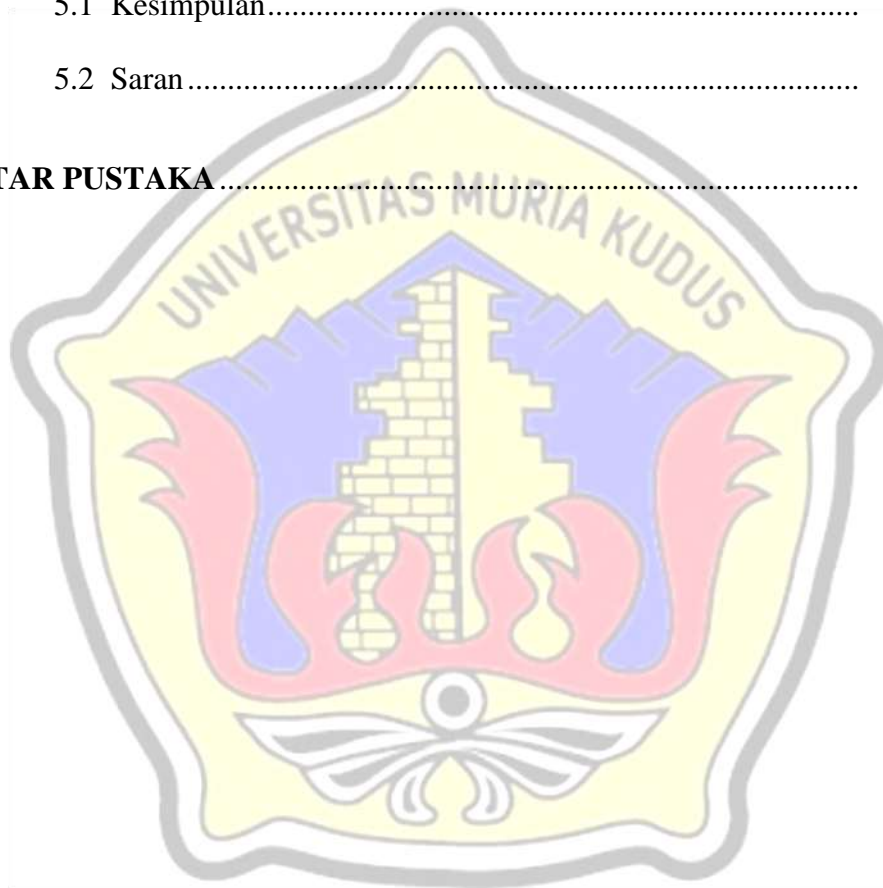
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.2.1 Variabel Penelitian	42
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer.....	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	48
3.5.1 Metode Kuesioner	48
3.5.2 Studi Pustaka	49
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.7 Uji Asumsi Klasik	54
3.8 Metode Pengolahan Data.....	56
3.8.1 <i>Scoring</i>	56

3.8.2 Coding	57
3.8.3 Editing	57
3.8.4 Tabulating.....	57
3.9 Metode Analisis Data	57
3.10 Pengujian Hipotesis	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Oppo.....	63
4.1.1 Sejarah Oppo	63
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Oppo.....	64
4.1.3 Jenis Produk dan Layanan Oppo	65
4.2 Penyajian Data.....	66
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden.....	66
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	69
4.2.2.1 Variabel Harga (X_1)	69
4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk (X_2)	70
4.2.2.3 Variabel Promosi (X_3).....	71
4.2.2.4 Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_4).....	72
4.2.2.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	73
4.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.1 Uji Normalitas	74
4.3.2 Uji Multikolinearitas	75
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.4 Analisis Data	77

4.4.1 Uji t (Parsial).....	79
4.4.2 Uji F (Berganda)	83
4.4.3 <i>Adjusted R Square</i>	84
4.5 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Smartphone OPPO Tahun 2019	3
Tabel 1.2 10 Smartphone Terbaik Paling dicari September 2018	4
Tabel 1.3 Harga Promo Smartphone OPPO Series Tahun 201	5
Tabel 1.4 Penjualan <i>Smartphone</i> OPPO 2015-2017	6
Tabel 3.1 $Z_{\alpha/2}$ tabel	47
Tabel 3.2 Data Skala Likert	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	52
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	52
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.2 Usia Responden	67
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	68
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Harga	69
Tebel 4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Promosi	71
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	73

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Regresi.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.14 Hasil <i>Adjusted R Square</i>	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Teoritis	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Histogram	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan P-P <i>Plot Regression</i>	75

