



**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
IKLAN, HARGA, DAN CITRA MEREK, DENGAN MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA  
KONSUMEN HP MEREK OPPO DI KJ PHONE PATI**

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

**Diajukan oleh :  
DEFI SUSIYANI  
NIM. 2016-11-063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**

**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
IKLAN, HARGA, DAN CITRA MEREK, DENGAN MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA  
KONSUMEN HP MEREK OPPO DI KJ PHONE PATI**

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

Kudus ,22 Agustus 2020

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



**Dina Lusianti, SE., MM., AAK.**  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



**Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.**  
NIDN. 0026065516

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Dina Lusianti, SE., MM., AAK.**  
NIDN. 0630098401

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

Setiap fase yang kamu jalani harus bisa mendatangkan pelajaran untuk naik ke fase berikutnya.

(Merry Riana)

### Persembahan :

1. Allah SWT karena atas ridhonya sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua yang sangat ku cintai, Bapak Suradi dan ibu Maryanti yang telah merawat dan membesarkanku, dan terimakasih sudah memberi dukungan dan do'a selama ini.
3. Adikku Vika yang aku cintai yang selalu memberi semangat sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan.
4. Calon Suami ku M. Novian Rio Pambudi yang selalu mendukung terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh keluarga besarku yang selama ini telah mendukung dan memberikan semangat sehingga tugas akhir ini terselesaikan.
6. Sahabat rumahku Alifiani Masithohsari dan Siti Rukhoiyah Khotimah yang sudah menemani dan selalu mendukung sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Sahabat kuliahku yang selalu ada dalam keadaan susah maupun senang: Wahyu Dwi Lestari, Adinda Septina Pangestiti, Ambar Ayu Elisa, dan Maulina Rahmawati.
8. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progdil Manajemen.
9. Almamater Universitas Muria Kudus.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Peningkatan Keputusan Pembelian melalui Iklan, Harga, dan Citra Merek, dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi Studi pada Konsumen HP Merek Oppo di KJ Phone Pati ” dengan baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. AG. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd., MM.,selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dengan tulus dan ikhlas dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dina Lusianti, SE., MM., AAK.,selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dengan tulus, dan ikhlas dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.



6. Seluruh responden yaitu konsumen HP Merek OPPO di KJ Phone Pati.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 9 Juli 2020

Penulis,

**DEFI SUSIYANI**

**NIM. 2016-11-063**

## **ABSTRAKSI**

### **PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI IKLAN, HARGA, DAN CITRA MEREK, DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA KONSUMEN HP MEREK OPPO DI KJ PHONE PATI**

**DEFI SUSIYANI**

**NIM. 2016-11-063**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. AG. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd., MM.  
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peningkatan keputusan pembelian melalui iklan, harga, dan citra merek, dengan minat beli sebagai variabel mediasi studi pada konsumen hp merek Oppo di KJ phone pati. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, yaitu iklan, harga, dan citra merek, serta dua variabel terikat, yaitu minat beli dan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif pada konsumen di KJ Phone Pati yang membeli HP merek Oppo dan dianalisis dengan SEM, dengan tahapan peningkatan keputusan pembelian melalui iklan, harga, dan citra merek, dengan minat beli sebagai variabel mediasi studi pada konsumen hp merek oppo di kj phone pati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan, harga, dan citra merek terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian HP merek Oppodi KJ Phone Pati. Harga memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada konsumen HP Merek OPPO di KJ Phone Pati. Pihak-pihak KJ Phone Pati diharapkan dapat mempertahankan harga yang telah ada sehingga dapat meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** Iklan, Harga, Citra Merek, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### ***INCREASING BUYING DECISIONS THROUGH BRAND ADVERTISING, PRICES, AND IMAGES, WITH INTEREST IN BUYING AS A VARIABLE OF MEDIATION STUDIES ON OPPO BRAND CONSUMERS IN KJ PHONE PATI***

**DEFI SUSIYANI**

**NIM. 2016-11-063**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. AG. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd., MM.  
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to examine the increase in purchasing decisions through advertising, prices, and brand image, with buying interest as a mediating variable of studies on Oppo brand mobile consumers on KJ phone Pati. In this study using three independent variables, namely advertising, price, and brand image, and two dependent variables, namely buying interest and purchasing decisions. This research was conducted with a quantitative descriptive method on consumers in KJ Phone Pati who bought the HP brand Oppo and analyzed it with SEM, with the stages of increasing purchasing decisions through advertising, prices, and brand image, with buying interest as a mediating variable of studies on consumers of the OPPO brand mobile phones. kj phone pati.*

*The results showed that advertising, price, and brand image proved to have a positive and significant influence on buying interest and purchasing decisions for the Oppo brand mobile phone at KJ Phone Pati. Price has the most dominant influence on buying interest and buying decisions on OPPO Brand HP consumers in KJ Phone Pati. The party of KJ Phone Pati is expected to be able to maintain the existing prices so as to increase buying interest and consumer purchasing decisions.*

***Keywords: Advertising, Prices, Brand Image, Purchase Interests and Purchasing Decisions.***

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	10
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.2. Minat Beli.....	32
2.3. Iklan.....	34
2.4. Harga .....	36
2.5. Citra Merek.....	40
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	43
2.7. Pengaruh Antar Variabel.....	45



2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	52
2.9. Hipotesis.....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	54
3.2. Populasi dan Sampel.....	57
3.3. Jenis Data dan Sumber Data .....	59
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	63
3.5. Uji Instrumen.....	63
3.6. Teknik Analisis Data .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
4.1. Gambaran Umum .....	75
4.2. Diskriptif Responden.....	75
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
4.4. Uji Analisis Data .....	82
4.5. Pengujian Validitas Konstruk Full Model.....	92
4.6. Analisis Konfirmatori Full Model.....	93
4.7. Hasil Penelitian (UjiHipotesis).....	96
4.8. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	100
4.9. Pembahasan .....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>116</b>
5.1. Kesimpulan.....	116
5.2. Saran-saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Market Share</i> Perusahaan <i>Smartphone</i> Di Indonesia, Tahun 2017 – 2018(Jutaan Unit) .....	4
Tabel 1.2. Penghargaan Yang Diperoleh Perusahaan dan Produk <i>Smartphone</i> Oppo .....	6
Tabel 3.1 <i>Goodness of fit Indices</i> .....	80
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Iklan .....	86
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	87
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	88
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	89
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	90
Tabel 4.8. <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen .....	91
Tabel 4.9. <i>Standarized Regression Weight</i> Endogen .....	93
Tabel 4.10. <i>Standarized Regression Weight</i> Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model .....	95
Tabel 4.11. <i>Standarized Regression Weight</i> Variabel Endogen setelah Perbaikan Model .....	96
Tabel 4.12. Uji Normalitas Data .....	98
Tabel 4.13. Mahalanobis d - squared .....	98
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i> .....	100
Tabel 4.15. Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i> .....	102
Tabel 4.16. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	103
Tabel 4.17. Tabel Regression Weights .....	104
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis .....	105
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	109

Tabel 4.20. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten ..... 110

Tabel 4.21. Pengaruh Total AntarVariabel Laten..... 110



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia (Jutaan) .....	2
Gambar 2.1. Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	27
Gambar 2.2. Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Iklan, Harga, dan Citra Merek, Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada Konsumen Hp Merek Oppo Di KJ Phone Pati .....	53
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model .....	91
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	93
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model .....	94
Gambar 4.4. Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model .....	96
Gambar 4.5. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	97
Gambar 4.6. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) .....	102



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3. Frekuensi Data

Lampiran 4. Hasil Analisis



