



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, FITUR, CITRA
MEREK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OPPO *SMARTPHONE* DI KOTA JUWANA**

Oleh :

YOLANDA OLIVIA PRASTIKA

2018-11-588

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, FITUR, CITRA
MEREK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE DI KOTA JUWANA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh:

YOLANDA OLIVIA PRASTIKA

2018-11-588

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, FITUR, CITRA
MEREK, GAYA HIDUP, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE DI KOTA JUWANA**

Nama : Yolanda Olivia Prastika

NIM : 201811588

Program Studi : Manajemen

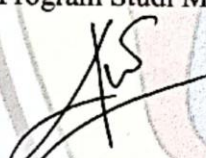
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

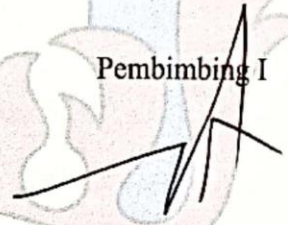
Kudus, 16 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I




Nurul Rizka Arumsari, SE., MM
NIDN. 0628048702



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M
NIDN. 0616077304


Faridhatun Faidah., SE., MM
NIDN. 0601099201

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Bersabar dan berdoalah. Persoalan apapun yang diperhadapkan didepanmu. Hadapi dengan tenang dan lakukan yang terbaik apa yang menjadi bagianmu. Teruslah berusaha, sisanya biarkan TUHAN yang campur tangan didalamnya.”

(Penulis)

“Serahkanlah hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak.” (Mazmur 37:5)

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.” (Amsal 23:18)

Persembahan:

Dengan mengucap syukur kepada Tuhan Yesus atas kasih dan karunia-Nya, dengan penuh cinta dan kasih sayang Skripsi ini saya persembahkan kepada:

My Parents, bapak Yohanes dan ibu Fransisca Darsih

My Partner, Hendro Yulianto

My Grandma, Sutiah

All My Best Friends

Thank you for your love and patience for me

Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas segala kasih karunia, berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Fitur, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone* di Kota Juwana”. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademi guna memperoleh Sarjana Ekonomi (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang setulus-setulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono., M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH., S.Pd., MM, selaku dosen pembimbing I, yang telah membimbing, memberi banyak masukan dan mengarahkan penulis dengan kesungguhan hati.

5. Faridhatun Faidah., SE., MM, selaku dosen pembimbing II, yang juga meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan memberi saran serta masukan bagi penulis.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Kedua orang tua tersayang Yohanes Prayitno dan Fransisca Darsih, terimakasih untuk segala bentuk dukungan, doa, nasihat, kesabaran, dan kasih sayang yang telah diberikan kepada saya selama ini.
8. Partner tersayang Hendro Yulianto, terimakasih telah sabar dan ikhlas membantu saya, selalu memberi semangat dan nasihat sehingga kembali bangkit dan bersemangat mengerjakan skripsi ini.
9. Nenek tersayang Dorkas Sutiah, terimakasih selalu mendoakan dan mendukung saya dalam mengerjakan skripsi ini, yang telah memberikan semangat dan nasihatnya kepada saya.
10. Keluarga besar saya, terimakasih selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi semangat kepada saya.
11. Sahabat dan teman terdekat saya serta teman-teman universitas yang telah memberikan dukungan bantuan dan motivasi.
12. Diri saya sendiri, yang sudah mau dan mampu bertahan menghadapi segala persoalan. Sabar, ikhlas dan kuat melewati lika-liku perjalanan kehidupan yang begitu keras. Terus berusaha dan terus semangat untuk mewujudkan segala impian. Terimakasih sudah berjuang sampai titik ini.

13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis mengakui bahwa penulisan skripsi ini tidaklah sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak masih diperlukan.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan pengetahuan bagi para pembacanya dan bisa memberi manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 30 Desember 2021

Peneliti

Yolanda Olivia Prastika

201811588



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, FITUR, CITRA
MEREK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OPPO *SMARTPHONE* DI KOTA JUWANA**

Yolanda Olivia Prastika

2018-11-588

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH., S.Pd., MM

2. Faridhatun Faidah., SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, fitur, citra merek, gaya hidup, dan promosi terhadap keputusan pembelian *OPPO smartphone* di kota Juwana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *OPPO smartphone* di kota Juwana jangka waktu minimal 1 tahun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, persepsi harga, fitur, citra merek, gaya hidup dan promosi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, fitur, citra merek, gaya hidup, promosi, keputusan pembelian

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
FEATURES, BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND PROMOTION ON
PURCHASING DECISIONS OPPO SMARTPHONE IN JUWANA CITY***

Yolanda Olivia Prastika

2018-11-588

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH., S.Pd., MM

2. Faridhatun Faidah., SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

This study aims to analyze influence of product quality, price perception, features, brand image, lifestyle and promotion on purchasing decisions oppo smartphone in Juwana city. The population in this research are customers using OPPO smartphone in Juwana city for minimum period 1 year. The sample in this research totaling 100 respondents,using purposive sampling technique. This research used is multiple linear regression.

The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions,price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, features has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality, price perception, features, brand image, lifestyle and promotion at the same time or simultaneously have positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : product quality, price perception, features, brand image, lifestyle, promotion, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2 Kualitas Produk.....	20
2.2.1 Indikator Kualitas Produk	21
2.3 Persepsi Harga.....	22
2.3.1 Indikator Persepsi Harga	23
2.4 Fitur	23
2.4.1 Indikator Fitur.....	24
2.5 Citra Merek	25
2.5.1 Indikator Citra Merek	26

2.6 Gaya Hidup	26
2.6.1 Indikator Gaya Hidup	27
2.7 Promosi	27
2.7.1 Indikator Promosi	28
2.8 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.8.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.8.3 Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.5 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8.6 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.9 Hasil Penelitian Terdahulu	32
2.10 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.11 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	41
3.3 Definisi Operasional.....	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.6 Pengumpulan Data	46
3.7 Pengolahan Data.....	47
3.8 Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	54
4.1.3 Analisis Deskriptif Responden	55
4.1.4 Analisis Data	56
4.1.4.1 Uji Validitas	56
4.1.4.2 Uji Reliabilitas.....	60

4.1.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
4.1.4.5 Uji Hipotesis.....	68
4.2 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan <i>Smartphone</i> Berdasarkan Vendor Tahun 2018-2020	7
Tabel 1.2 Penjualan Oppo <i>Smartphone</i> di Kota Juwana Tahun 2018-2020	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Variabel Persepsi Harga	57
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Variabel Fitur.....	58
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Variabel Citra Merek	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Variabel Gaya Hidup	59
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Variabel Promosi	59
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Uji T.....	68
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji F.....	71
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia 2017-2020	6
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Uji Heteroskedastisitas	64

