

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK OPPO  
(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka  
Mas Jakarta)**

**SKRIPSI**

**RIRIN ANGGET WIJAYANTI  
21160000289**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH  
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK OPPO  
(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka  
Mas Jakarta)**

**SKRIPSI**

**RIRIN ANGGET WIJAYANTI**

**21160000289**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA 2021**

# **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini dengan judul:

## **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK *OPPO***

**(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur duplikasi, tiruan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juli 2021



**Ririn Angget Wijayanti**  
NPM 21160000289

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK  
OPPO**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

Disusun agar dapat melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Doddi Prastuti, SE., MBA dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2021

Pembimbing,



**Doddi Prastuti, SE, MBA**

Kepala Program Studi S-1  
Manajemen,



**Muhammad Ramaditya, BBA., MSc. 28/07/2021**

# HALAMAN PENGESAHAN


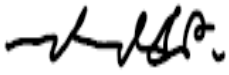
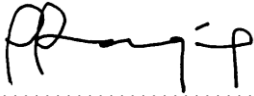

Skripsi dengan judul:

## **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK OPPO**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 28 Juli 2021 dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Skripsi:

1. : Muhammad Ramaditya, BBA, MSc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. : Doddi Prastuti, SE.,MBA  
(Pembimbing)
3. : Dr. Ir. Meita Pragiwani, MM.  
(Penguji I)
4. : Syahrul Effendi SE, MM.  
(Penguji II)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti diberikan kemudahan, kekuatan, kesehatan, dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini digunakan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Tidak lepas dari pertolongan serta anugerah – nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik berkat bantuan bimbingan, semangat, serta dorongan dari berbagai pihak, sehingga seluruh hambatan ataupun permasalahan yang dialami oleh peneliti dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang ikut terlibat:

1. Terima kasih kepada ibu Doddi Prastuti, SE, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu, dan tenaga untuk membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Meita Pragiwani, MM. dan Bapak Syahrul Effendi SE, MM. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, Msc sebagai Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi.
6. Pihak – pihak Carrefour ITC Cempaka Mas yang banyak membantu peneliti sehingga diberikan kemudahan dalam memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti.

7. Orang tua peneliti (ibu Tuti Sri Rejeki dan bapak Bambang Sasongko) dan Soleh yang selama ini selalu memberikan semangat, dukungan dan keyakinan bahwa peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini serta do'a yang diberikan dari orang tua maupun keluarga.
8. Sahabat – sahabat peneliti (Mardiana, Tutis dan Nur Fatimah) yang banyak memberi saran, diskusi dan kerja samanya serta arahan kepada peneliti.
9. Seluruh pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti selama menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan ataupun kekurangan. Sehingga, peneliti mengharapkan kritik dan saran agar dapat menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 28 Juli 2021



**Ririn Angget Wijavanti**

NPM 21160000289

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Angget Wijayanti  
NPM : 21160000289  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya dengan judul dibawah ini:

## **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK OPPO**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juli 2021

Yang menyatakan



Ririn Angget Wijayanti



Ririn Angget Wijayanti  
NPM : 21160000289  
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Doddi Prastuti ,SE., MBA

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK OPPO  
(Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo pada konsumen Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan diagram skala *likert* 4 poin. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan 96 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan strategi deskriptif yang menggunakan perhitungan koefisien korelasi dan koefisien determinasi serta pengujian hipotesis dengan program SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) versi 25.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo.

**Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.**

Ririn Angget Wijayanti  
NPM : 21160000289  
S1 Management Study Program

Supervisor:  
Doddi Prastuti ,SE., MBA

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF OPPO BRAND SMARTPHONES (Case Study On Consumers Of Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta)**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price and product quality on the purchase decision of Oppo smartphones on consumers of Carrefour ITC Cempaka Mas Jakarta.*

*The data collection method in this study used a questionnaire measured by a 4-point Likert scale diagram. The number of samples in this study used 96 respondents. The sample selection technique used is purposive sampling technique. This research is a quantitative research with a descriptive strategy that uses the calculation of the correlation coefficient and the coefficient of determination as well as hypothesis testing with the SPSS (Statistical Package For Social Sciences) version 25.0 program*

*The results of this study indicate that there is a significant influence on the brand image variable on the purchase decision of the Oppo brand smartphone. There is no significant effect on the price variable on the purchase decision of the Oppo brand smartphone. There is a significant effect on product quality variables on purchasing decisions for Oppo brand smartphones. There is a significant influence on the variable of brand image, price and product quality together on purchasing decisions of Oppo brand smartphones.*

**Keyword: Brand Image, Price, Product Quality and Purchase Decision.**

# DAFTAR ISI

## Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	2
HALAMAN PENGESAHAN .....	3
KATA PENGANTAR .....	4
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	6
ABSTRAK.....	7
DAFTAR ISI .....	9
DAFTAR TABEL .....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN .....	14
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	15
1.2. Perumusan Masalah .....	18
1.3. Tujuan Penelitian .....	19
1.4. Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
2.1. Review Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
2.2. Landasan Teori .....	26
2.2.1. Pemasaran .....	26
2.2.2. Keputusan Pembelian .....	28
2.2.3. Citra Merek .....	32
2.2.4. Harga .....	33
2.2.5. Kualitas Produk.....	35
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	39
2.3.1. Hubungan Antara Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	39

2.3.2. Hubungan Antara Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian ....	40
2.3.3. Hubungan Antara Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	40
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1. Strategi Penelitian.....	43
3.2. Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1. Populasi Penelitian.....	43
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian .....	44
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	47
3.5. Metode Analisis Data .....	49
3.5.1. Statistitik Deskriptif .....	49
3.5.2. Penghitungan Skor Jawaban Kuesioner.....	50
3.5.3. Uji Validitas.....	50
3.5.4. Uji Reliabilitas .....	51
3.5.5. Analisis Korelasi.....	51
3.5.6. Uji Koefisien Determinasi .....	52
3.5.7. Analisis Regresi Berganda.....	53
3.5.8. Pengujian Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.2. Deskripsi Responden .....	58
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Kelamin.....	58
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan USIA .....	58
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Merek <i>Smartphone</i> .....	59
4.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	60
4.3.2. Harga.....	61
4.3.3. Kualitas Produk.....	62

4.3.4. Keputusan Pembelian .....	64
4.4. Analisis Data.....	65
4.4.1. Uji Validitas.....	65
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	68
4.4.3. Uji Hipotesis Parsial .....	70
4.4.4. Analisis Regresi Berganda.....	73
4.4.5. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	74
4.4.6. Uji Hipotesis Simultan.....	76
4.4.7. Uji Asumsi Klasik.....	767
4.4.8. Temuan Hasil Penelitian .....	78
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Saran .....	85
DAFTAR REFERENSI .....	86
Lampiran.....	88

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Total Penjualan <i>Smartphone</i> Januari – Maret 2021 di Carrefour ITC Cempaka Mas-----	14
<b>Tabel 3.1.</b> Instrumen Skala Likert-----	46
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel -----	47
<b>Tabel 3.3.</b> Analisis Korelasi-----	52
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Kelamin-----	58
<b>Tabel 4.2.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan USIA -----	58
<b>Tabel 4.3.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Merek <i>Smartphone</i> -----	59
<b>Tabel 4.4.</b> Indeks Persepsi Jawaban Responden terhadap Citra Merek-----	61
<b>Tabel 4.5.</b> Indeks Persepsi Jawaban Responden terhadap Harga -----	62
<b>Tabel 4.6.</b> Indeks Persepsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk -----	63
<b>Tabel 4.7.</b> Indeks Persepsi Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian-----	64
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil uji validitas variabel Citra Merek -----	65
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil uji validitas variabel Harga-----	66
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil uji validitas variabel Kualitas produk -----	67
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian-----	68
<b>Tabel 4.12.</b> Uji reliabilitas Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian -----	68
<b>Tabel 4.13.</b> Koefisien Korelasi Parsial variabel Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian(Y) -----	70
<b>Tabel 4.14.</b> Koefisien Korelasi Parsial variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) -----	71
<b>Tabel 4.15.</b> Koefisien Korelasi Parsial variabel Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)-----	72
<b>Tabel 4.16.</b> Hasil Analisis Regresi Berganda-----	73
<b>Tabel 4.17.</b> Hasil Model Summary Citra Merek (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) -----	74
<b>Tabel 4.18.</b> Model Summary Citra Merek (X1)-----	75
<b>Tabel 4.19.</b> Model Summary Harga (X2) -----	75
<b>Tabel 4.20.</b> Model Summary Kualitas Produk (X3) -----	76
<b>Tabel 4.21.</b> Tabel Uji Anova-----	77
<b>Tabel 4.22.</b> Tabel Hasil Uji t -----	78

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka konseptual penelitian-----	41
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

<b>Lampiran 1.</b> Daftar Kuesioner -----	88
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi <i>Item</i> Kuesioner -----	91
<b>Lampiran 3.</b> Data Sampel.-----	94
<b>Lampiran 4.</b> Hasil Uji Validitas Citra Merek (CMR) -----	99
<b>Lampiran 5.</b> Hasil Uji Validitas Harga (KPR) -----	99
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (KPR) -----	100
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (KPE) -----	101
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (CMR) -----	101
<b>Lampiran 9.</b> Surat Keterangan Riset -----	104
<b>Lampiran 10.</b> Daftar Riwayat Hidup-----	105