

SKRIPSI

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

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION,
QUALITY OF PRODUCTS AND LIFESTYLE TOWARD
THE PURCHASE DECISION OF
OPPO SMARTPHONE***

**Di Ajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh:

**BRENDA YUANITA
20130410064**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Brenda Yuanita

NomorMahasiswa : 20130410064

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO”**. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain kecuali bagian – bagian tertentu saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tatacara dan etika penulisan karya tulis ilmiah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Agustus 2017



Brenda Yuanita

Motto

*“pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan
untuk merubah dunia”*

(Nelson Mandela)

*“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu
telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh
(urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu
berharap”.*

(QS.Al-Insyirah: 6-8)

*“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan
memudahkan baginya jalan ke surga”*

(HR. Muslim)



“Start with confidence...”

“run with sincerity...”

“complete with happiness...”

PERSEMBAHAN

Tidak banyak kata yang saya ucapkan untuk semua yang telah memberi dukungan, do'a dan juga semuanya yang mungkin tidak bisa saya katakana dilembar ini..

- Pertama Allah SWT yang telah memberi anugrah, kebahagiaan, kekuatan, kemudahan dan kesempatan waktu untuk bisa menyusun skripsi ini dan karunia yang telah diberikan selama ini.
- Kedua untuk keluargaku, mama (Trikomandita) tanpa do'a dan bimbinganmu aku bukan apa apa. Mom, you are the brighter than billion star in the sky....love you Mom

Dan papa (triyono) “bapak merasa berhasil bila dapat menjadikan anak jauh lebih baik dari bapak” sebagai orang tua dan guru tidak ada yang lebih baik dari bapak, kepadamulah tempat semua kebanggaan dan prestasi ini akan menuju.

- Ketiga kakak-kakak saya, kakak pertama (Pompi Ardana S.Ikom) terimakasih banyak atas segala yang engkau berikan kepada adekmu ini, ndut kamu salah satu orang yang paling berarti di dalam hidup ini semua ini salah satu untuk membanggakan mu menjadi seorang kakak yg berhasil menjadikan adeknya seorang sarjana.

Kaka kedua dan keluarga kecilnya (Luky Ardila S.Ikom , Jessika Febriana Mustika S.Ikom dan sikecil Aura Senja) terimakasih selalu memberi dukungan, semangat, masukan...

- Kelima terimakasih yang sebesarnyanya untuk Septiliany Jay Caprita S.E dan Lieona Faradila S.E atas semua waktu , ilmu , dan tempat untuk memberikan hasil ini semua.
- Keenam terimakasih teman perbahagiaan gita, deka, redo, tatag dan semuanya tetaplah seperti itu dan jangan lupa sarjana euyyy...

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO. Data diambil dari sampel sebanyak 125 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa : (1) citra merek, persepsi harga, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. (3) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. (5) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

Kata Kunci : citra merek, persepsi harga, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research is intended to read Brand Image, Price Perception, Product Quality and Lifestyle to OPPO Smartphone Purchasing Decision. Data were taken from a sample of 125 respondents selected by using purposive sampling technique. Analyzer used is multiple linier regression analysis method and use validity test, reliability test, t test, F test, and determination. Based on the analysis that has been done: (1) brand image, price perception, product quality and simultaneous lifestyle to purchase decision of OPPO smartphone. (2) brand image has a positive and significant impact on OPPO smartphone purchase decision. (3) price perceptions have a positive effect on the significance of purchasing decisions of OPPO smartphones. (4) product quality positively and significantly influence to decision of OPPO smartphone purchase. (5) positive and significant lifestyles to the OPPO smartphone purchase decision.

Keywords: *brand image, price perception, product quality, lifestyle, and purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan seluruh rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkah limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, Serta yang telah memberikan kemudahan dalam penulisan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak ketinggal pula salam serta shalawat semoga selalu tercurah pada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO”** ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan berbagai dukungan dari segala pihak, maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., MM. dengan penuh kesabaran telah membimbing dan memberikan masukan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan motivasi, dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semua bantuan yang diberikan kepada penulis semoga mendapat karunia dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 15 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Hipotesis.....	22
D. Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	27
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
C. Jenis Data.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Definisi Operasional Variabel.....	29
F. Uji Kualitas Instrumen.....	31
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	32

1. Analisis Regresi	33
2. Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	35
1. Objek Penelitian.....	35
2. Subjek Penelitian	36
B. Penguian Variabel Penelitian	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas	41
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
D. Pembahasan	45
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN ..	50
A. Simpulan.....	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Pangsa Pasar	2
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1.	Tingkat Pengembalian Kuesioner	36
Tabel 4.2.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3.	Responden Berdasarkan Jenis Umur	38
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Citra Merek	39
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Harga.....	39
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	40
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.9.	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.10.	Hasil Uji Uji Hipotesis.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	26
-----------------------------------	----