

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SMARTPHONE OPPO**

***THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF PERCEPTIONS, BRAND
IMAGE, PERCEPTION OF PRICE AND PROMOTION ON DECISION
PURCHASE ON OPPO SMARTPHONE PRODUCT***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :
Tatag Asmarajati
20130410041

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SMARTPHONE OPPO**

***THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF PERCEPTIONS, BRAND
IMAGE, PERCEPTION OF PRICE AND PROMOTION ON DECISION
PURCHASE ON OPPO SMARTPHONE PRODUCT***



Diajukan oleh :
Tatag Asmarajati
20130410041

Telah disetujui oleh :

Pembimbing

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 19670916199202 143 014

Tanggal

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SMARTPHONE OPPO**

***THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF PERCEPTIONS, BRAND
IMAGE, PERCEPTION OF PRICE AND PROMOTION ON DECISION
PURCHASE ON OPPO SMARTPHONE PRODUCT***

Diajukan oleh
Tatag Asmarajati
20130410041

Skripsi ini telah Dipertahankan & Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal, 16 Mei 2018
Yang terdiri dari

Dra. Hasnah Rimiati, M.Si
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Retno Widowati PA, Dra. M.Si., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIK. 19731218199904143068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tatag Asmarajati

Nomor Mahasiswa : 20130410041

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam Daftar Pustaka. Apabila terdapat dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,.....

(Materai 6000)

Tatag Asmarajati

MOTTO

“Lakukan yang terbaik, sehingga aku tak akan menyalahkan diriku sendiri atas segalanya”

(Magdalena Neuner)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT serta shalawat dan salam kita haturkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberi karunianya dalam penulisan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu, Bapak dan Adikku yang selama ini tak pernah lelah memberikan do'a, restu, dorongan, motivasi, dorongan dan materi yang begitu besar untuk menyelesaikan skripsi.
2. Hanik Fadhillah, yang selalu memberi semangat untuk cepat menyelesaikan tanggung jawab ini.
3. Sahabat saya anak-anak ROMANO dan PJSxSEKTOR yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena telah bersedia memberikan solusi dan mendengarkan setiap keluh kesah selama mengerjakan skripsi.
4. Teman-teman manajemen Rizal, Fadli, Bayu, Indra, Oqy, Brenda dan Alfian yang selalu siap membantu dalam menyelesaikan skripsi.
5. Anak-anak yang hampir setiap malam ketemu Dito, Yoga, Doyok, Landu, Ateng, Calvin, Papang dan Pepy terimakasih telah selalu ada dalam hari-hariku.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk smartphone OPPO. Objek dalam penelitian ini adalah smartphone OPPO sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO.

Penelitian ini menggunakan 105 sampel yang dipilih menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* melalui metode *Purposive Sampling* dengan kriteria masyarakat Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda (*multiple regression test*) yang dioperasikan menggunakan program SPSS 22.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kualitas persepsian, citra merek, persepsi harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, OPPO Smartphone

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of the Quality of Perceptions, Brand Image, Price Perception and Promotion on Purchasing Decision of OPPO smartphone products. The object of this research is the OPPO smartphone while the subject in this research is the consumers who have ever bought and used the OPPO smartphone product.

This study used 105 selected samples using Non Probability Sampling Technique through Purposive Sampling method with criterion of Yogyakarta society who had bought and used OPPO smartphone product. Analyzer used is Multiple Regression Test which operated using SPSS 22.0 program.

Based on the analysis that has been done, the results obtained that the quality of perceptions, brand image, price perceptions and promotions together have a positive and significant impact on purchasing decisions, product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions, brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions, price perceptions have a positive and significant impact on purchasing decisions, and promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Quality of Perceptions, Brand Image, Price Perception, Promotion, Purchase Decision, OPPO Smartphone*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone OPPO”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana /pembelian impulsif.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya 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 dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si yang dengan penuh kesadaran dan kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun kiranya dapat menjadi satu sumbangan yang berarti. Sebagai kata akhir, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta,

Penulis,

(Tatag Asmarajati)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	4
MOTTO.....	5
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI	11
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	13

DAFTAR TABEL

No table of figures entries found.

In your document, select the words to include in the table of contents, and then on the Home tab, under Styles, click a heading style. Repeat for each heading that you want to include, and then insert the table of contents in your document. To manually create a table of contents, on the Document Elements tab, under Table of Contents, point to a style and then click the down arrow button. Click one of the styles under Manual Table of Contents, and then type the entries manually.

Tabel 1.1 Tabel Pertumbuhan Volume Penjualan dan market share	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang saku	44
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan lama penggunaan Smartphone OPPO.....	45
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan pemakaian hp perhari.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikansi Simpultan (Uji F)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	53

Tabel 4.12 Nilai R Square	56
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	31
-----------------------------------	----