

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*
MEREK OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO ANGKATAN 2017)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Juliawati

N I M : 17414353

Prodi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*
MEREK OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO ANGKATAN 2017)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Juliawati

N I M : 17414353

Prodi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE MEREK *OPPO* (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO ANGKATAN 2017)

Nama : Juliawati

NIM : 17414353

Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 30 Juni 1997

Program Studi : Manajemen S1

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

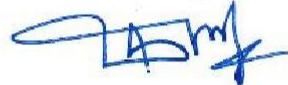
Ponorogo, 28 Juli 2023

Pembimbing I



ADI SANTOSO, SE., MM
NIDN. 0727118803

Pembimbing II



Dr. SRI HARTONO, SE., MM
NIDN. 0730127102

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. HADI SUMARSONO, SE., M.Si
NIDN. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



ADI SANTOSO, SE., MM
NIDN. 0727118803

Sekretaris



EKA DESTRIYANTO PRISTI A. S. AB., MM
NIDN. 0711128404

Anggota



Dr. SETYO ADJI, SE., MM
NIDK. 8856080018

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk ,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo (studi kasus pada mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah ponorogo angkatan 2017). Populasi dan sample pada penelitian ini adalah mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah ponorogo angkatan 2017 .Teknik pengambilan sample ini menggunakan metode *random sampling* dengan penyebaran kusioner .Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 2023.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini maka hasil penelitian yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Nilai konstanta yang diperoleh dari hasil analisis regresi adalah sebesar -1,056. Artinya ketika seluruh variabel independen pada penelitian ini yakni kualitas produk, harga dan promosi dianggap konstan maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 1,056 atau penurunan sebesar 105,9%.
2. Penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian smartphone Oppo di kalangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Uji simultan dalam penelitian ini juga menemukan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga ,Promosi ,dan Keputusan Pembelian

MOTTO

“TERUSLAH BERJUANG DAN BERDOA DI SETIAP LANGKAHMU “



PERSEMBAHAN

1. Yang pertama untuk Allah SWT yang selalu memperlancarkan jalan ku dan selalu menjawab doaku .
2. Yang kedua untuk kedua orangtuaku yang selalu mendoakan ,mensupport dan membiayai pendidikan ku .
3. Yang ketiga untuk nenek ku tersayang yang sudah merawat ku dari kecil hingga aku di titik sekarang ini .
4. yang ke empat untuk suamiku dan anakku tersayang yang selalu membantuku dan menjadi penyemangat ku menyelesaikan skripsi ini .
5. yang kelima untuk teman seperjuangan ku terimakasih sudah mendengarkan keluh kesahku dan selalu membantuku agnes,yulia,oca .

Terimakasih untuk kalian semua love you

“Juliawati”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmad dan hidayah-Nya penelitian ini terselesaikan dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* MEREK *OPPO* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO ANGKATAN 2017)”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni islam.

Penyusun dan Penelitian ini skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak . oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto ,M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono ,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Naning Kristiyana ,SE.,MM selaku Ketua Program Pendidikan
4. Bapak Adi Santoso ,SE.,MM selaku pembimbing 1
5. Bapak Dr. Sri Hartono, SE.,MM selaku pembimbing 2
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi
7. Seluruh keluargaku
8. Seluruh rekan seperjuanganku
9. Dan seluruh pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu

Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik di sengaja maupun tidak disengaja .semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk mendorong penelitian selanjutnya .

Ponorogo ,28 Juli 2023

Penulis



Juliawati

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diaacu dalam naskah ini dan disebutkan di daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Juli 2023



Juliawati
17414353

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Ringkasan.....	iv
MOTTO	v
Persembahan.	vi
Kata Pengantar.	vii
Kode Etik Penelitian.....	ix
Daftar Tabel.	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Pustaka	7
A.1. Pengertian Pemasaran.....	7
A.2. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	8
A.3. Pengertian Produk	9
A.4. Pengertian Kualitas Produk.....	12
A.5. Pengertian Konsep Harga	15
A.6. Pengertian Promosi.....	20
A.7. Pengertian Perilaku Konsumen.....	25
A.8. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Model Penelitian	38

D. Hipotesis.	39
BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup	42
B. Populasi dan Sampel.....	42
C. Jenis penelitian.	43
D. Metode Pengambilan Data	44
E. Definisi Orasional Variabel.....	44
F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
B. Karakter Responden.....	54
C. Tanggapan Responden.....	56
D. Hasil Analisis Data	59
E. Pembahasan	67
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2. Tanggapan responden terkait kualitas produk.....	56
Tabel 3. Tanggapan responden terkait harga	57
Tabel 4. Tanggapan responden terkait Promosi.....	58
Tabel 5. Tanggapan responden terkait keputusan pembelian	59
Tabel 6. Hasil pengujian validitas	60
Tabel 7. Hasil pengujian reliabilitas.....	62
Tabel 8. Hasil analisis Regresi linier berganda.....	62
Tabel 9. Hasil analisis koefisien determinasi.....	64
Tabel 10. Hasil analisis regresi linier berganda	65
Tabel 11. hasil Uji F.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Perilaku Konsumen yang Dederhana	27
Gambar 2. Model Perilaku Konsumen	30
Gambar 3. Karangka Berfikir Penelitian	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	77
Lampiran 2 Rekapitulasi jawaban responden.....	80
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi.....	86



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk smartphone merek OPPO di Ponorogo. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhamamdiyah Ponorogo. jumlah sampel penelitian ini adalah 53 sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan metode random sampling method yakni menentukan sampel yang dipilih secara acak karena semua populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner penelitian. Metode analisisnya menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji instrumennya adalah uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk, smartphone OPPO dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhamamdiyah Ponorogo

Kata Kunci: kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions for OPPO brand smartphone products in Ponorogo. The population of this study were students of the Management Study Program, Faculty of Economics, Muhamamadiyah University, Ponorogo. the number of samples of this study were 53 samples. The sampling method uses the random sampling method, namely determining the sample chosen randomly because all populations have the same opportunity to be used as a sample. The data collection method in this study used a research questionnaire. The method of analysis uses multiple linear regression analysis with instrument tests namely validity and reliability tests, as well as hypothesis testing. The results of this study found that product quality, price and promotion partially had a significant influence on product purchasing decisions, OPPO smartphones among students of the Management Study Program, Faculty of Economics, University of Muhamamadiyah Ponorogo

Keywords: product quality, price, promotion, purchase decision