

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO  
(Studi Pada Mahasiswa FEB Yang Memiliki Handphone Merk OPPO)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*



**OLEH**

**FRANSISKUS A GERARDO LAU**

**NPM : 41160071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

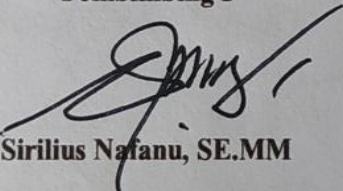
**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO**  
**(Studi Pada Mahasiswa FEB Yang Memiliki Handphone Merk OPPO)**

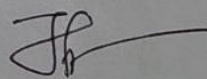
**Diajukan oleh**  
**FRANSISKUS A GERARDO LAU**  
**NPM : 41160071**

**Telah Disetujui oleh**

**Pembimbing I**

  
**Sirilius Nafanu, SE.MM**

**Pembimbing II**

  
**Imelda Thein, SE.MM**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
  
**Elfrida Desiderata Naihati, SE.MM**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR**

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang skripsi

Yang dilaksanakan Pada

Hari : Kamis  
Tanggal : 28 Juli 2022  
Jam : 13.00 WITA  
Tempat : Ruang FEB II

Saudara Fransiskus A Gerardo Lau

NPM : 41160071

Dinyatakan LULUS dengan nilai : B

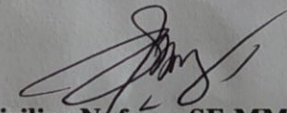
Predikat Kelulusan : Sangat Memuaskan

Tim Penguji

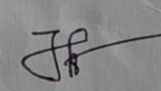
**Penguji Utama/Penguji I**

  
**Berno B. Mitang, SE.MM**  
NIP : 19700726 200501 1 001

**Pembimbing 1/Penguji II**

  
**Sirilius Nafanu, SE.MM**  
NIP : 19620321200501 2001

**Pembimbing II/Penguji III**

  
**Imelda Thein, SE.MM**  
NIP : 19790321 200501 2 001

**Yang Mengesahkan**

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

  
**Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE,ME**  
NIP : 19690925 200501 1 001

**PERNYATAAN**  
**ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam SKRIPSI dengan judul :

**“PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO (Studi Pada Mahasiswa FEB Yang Memiliki Handphone Merk OPPO)”.**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Kefamenanu , 28 Juli 2022

Mahasiswa

Nama : Fransiskus A Gerardo Lau



## **MOTTO**

**“If you fall a Thousand times, stand up millions of time  
because you do not know  
how close you are to success”**

**Serahkan segala kekhawatiranmu**

**Kepada-Nya, sebab Ia yang**

**Memelihara Kamu.**

**(1 Petrus 5:7)**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

**Papa, Mama dan Kakak-kakak saya tersayang**

**Terimakasih untuk kasih sayang dan kesabarannya untuk saya**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria penyelenggara hidup dan tumpuan harapan yang selalu mendengar semua curahan hati, penyertaan, kasih dan kemurahan-Nya
2. Kedua orang tua tercinta:
3. Kakak dan adik-adikku tersayang:
4. Teman-teman seperjuangan:
5. Semua teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2016
6. Almamater tercinta Universitas Timor

## ABSTRAKSI

**Fransiskus A Gerardo Lau NPM 41160071 : PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO(Studi Pada Mahasiswa FEB Yang Memiliki Handphone Merk OPPO). Dibawah bimbingan Bapak Bapak Sirilius Nafanu, SE.MM selaku pembimbing I dan Ibu Imelda Thein, SE.MM Selaku pembimbing II**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel Harga ( $X_1$ ), Iklan ( $X_2$ ) dan Kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) handphone oppo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada 60 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 16,0 dengan hasil analisis sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,255 nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; dan koefisien regresi sebesar 1,872. Terdapat pengaruh positif Iklan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,944 nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; dan koefisien regresi sebesar 1,112. Terdapat pengaruh positif Kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 14,983 nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; dan nilai koefisien regresi sebesar 1,184. Variabel Harga ( $X_1$ ), Iklan ( $X_2$ ) dan Kualitas produk ( $X_3$ ) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F tabel ( $79,930 > 2,77$ ) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci : Harga ( $X_1$ ), Iklan ( $X_2$ ), Kualitas produk ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y)**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan kasih-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO”**, dengan baik.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penelitian ini tidak hanya berdasarkan kemampuan sendiri, tetapi atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Sirilius Nafanu, SE.MM selaku pembimbing I yang dengan tulus hati, kesabaran, merelakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir tulisan ini.
2. Ibu Imelda Thein, SE.MM Selaku pembimbing II yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis sejak dimulainya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Elfrida Desiderata Naihati SE.MM Selaku ketua program studi manajemen yang selalu dengan sabar memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Teman-teman seperjuangan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis pada umumnya angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan.

Kefamenanu, 28 Juli 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	.8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1 Keputusan pembelian.....	10
2.2 Harga .....	16
2.3 Iklan .....	24
2.4 Kualitas produk .....	31
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	39
2.5.1 Hubungan harga terhadap keputusan pembelian.....	39
2.5.2 Hubungan iklan terhadap keputusan pembelian.....	41
2.5.3 Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	42
2.5.4 Hubungan harga, iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	44
2.6 Kerangka Pikir .....	46
2.7 Definisi operasional dan pengukuran variabel .....	51

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	53
3.2 Populasi dan Sampel .....	53
3.2.1 Populasi .....	53
3.2.2 Sampel .....	53

3.3 Data dan Sumber Data .....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.5 Variabel Penelitian .....	56
3.6 Instrumen Penelitian .....	56
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.8 Teknik Analisis Data .....	60
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	60
3.8.2 Analisis Inferensial .....	60
3.9 Koefisien regresi ( $r$ ) .....	63
3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
3.11 Teknik Pengujian Hipotesis .....	64
1. Uji $t$ .....	64
2. Uji $F$ .....	65

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	67
4.2 Karakteristik Responden .....	68
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	70
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	73
4.5 Hasil Analisis Data .....	84
4.5.1 Analisis Deskriptif .....	84
4.5.2 Analisis Inferensial .....	93
4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	109

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis .....	110
4.7.1 Pengujian Parsial (Uji t) .....	110
4.7.2 Pengujian Simultan (Uji F) .....	111
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	112

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	117
5.2 Saran .....	118

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Smartphone OPPO Tahun 2021 .....	5
Tabel 2.7 Definisi Operasional Variabel .....	51
Tabel 4.1 Distribusi responden menurut usia dan jenis kelamin .....	68
Tabel 4.2 Validitas data .....	71
Tabel 4.3 Reliabilitas data .....	72
Tabel 4.4 One sample kolmogrof smirnov .....	76
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	77
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi .....	79
Tabel 4.7 Anova table .....	81
Tabel 4.8 Anova tabel .....	82
Tabel 4.9 Anova tabel .....	84
Tabel 4.10 Hasil Analisis Data Deskriptif .....	85
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif variabel harga .....	85
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif variabel iklan .....	87
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif variabel kualitas produk .....	89
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif variabel keputusan pembelian .....	91
Tabel 4.15 Hasil analisis regresi sederhana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian .....	94
Tabel 4.16 Hasil analisis regresi sederhana pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian .....	98
Tabel 4.17 Hasil analisis regresi sederhana pengaruh	

Kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	101
Tabel 4.18 Rekapitulasi hasil analisis regresi linear berganda .....	106

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Distribusi responden menurut usia dan jenis kelamin .....	69
Grafik 4.11 Harga.....	86
Grafik 4.12 Iklan .....	88
Grafik 4.13 Kualitas produk .....	90
Grafik 4.14 Keputusan pembelian .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pengambilan Keputusan .....	13
Gambar 2.2 Kerangka pikir .....	50
Gambar 4.1 Diagram uji Normalitas .....	75
Gambar 4.2 Scaterplot .....	80