

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
OPPO DI KECAMATAN BULELENG**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



Oleh

Ni Putu Sanggar Dewi Cahyani

NIM 1917041003

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA SINGARAJA

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Gede Pulu Agus Jana Susila, S.E., MBA
NIP. 198208112010121001


Pembimbing II,



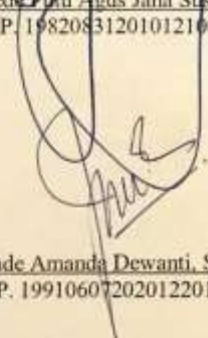
Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

Skripsi oleh Ni Putu Sanggar Dewi Cahyani
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 14 Juni 2023


Dewan Penguji,


Gedde Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA
NIP. 198208312010121001

(Ketua)


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

(Anggota)


Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen


Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Juni 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 19830921 201504 1 001



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Gece Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Oppo* di Kecamatan Buleleng" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 11 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Sanggar Dewi Cahyani
NIM. 1917041003

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmatnya-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Oppo* di Kecamatan Buleleng”**. Skripsi yang disusun ini digunakan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr. Komang Krisna Heryada, S.E, M.M. selaku Koodinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA, selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Made Amanda Dewanti , S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua penulis (Gede Widharma dan Suryati), saudara (Ni Kadek Sekar Dewi Kusuma) serta teman-teman tercinta yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3. Pembatasan Masalah.....	11
1.4. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2. Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4. Faktor Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Promosi.....	18
2.2.1. Pengertian Promosi.....	18
2.2.2. Dimensi Promosi.....	19
2.2.3. Indikator Promosi.....	20
2.3. Kualitas Produk.....	20
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.3.2. Dimensi Kualitas Produk.....	21

2.3.3. Indikator Kualitas Produk.....	22
2.4. Harga.....	23
2.4.1. Pengertian Harga.....	23
2.4.2. Dimensi Harga.....	24
2.4.5. Indikator Harga.....	24
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	28
2.6.1 Hubungan Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.6.2. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.6.3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.6.4. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.7. Kerangka Berpikir.....	30
2.8. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2. Desain Penelitian.....	33
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	34
3.4. Sampel Penelitian.....	34
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.6. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.6.1. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6.3. Instrumen Pengumpulan Data.....	37
3.7. Metode dan Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.8. Rancangan Pengujian Hipotesis.....	44
3.8.1. Uji Secara Simultan (Uji F).....	45
3.8.2. Uji Secara Parsial (Uji t).....	45
3.8.3. Koefisien Determinasi.....	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Deskripsi Data	48
4.2. Pengujian Asumsi	48
4.2.1. Uji Asumsi Klasik	48
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.4. Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.5. Pengujian Hipotesis	55
4.5.1. Hubungan Promosi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
4.5.2. Hubungan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
4.5.3. Hubungan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
4.5.4. Hubungan Promosi (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.6.1. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone Oppo</i>	57
4.6.2. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone Oppo</i>	58
4.6.3. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone Oppo</i>	60
4.6.4. Hubungan Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone	61
4.7. Keterbatasan Penelitian	62
4.8. Implikasi	62
BAB V PENUTUP	64
5.1. Rangkuman	64
5.2. Simpulan	66
5.3. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penjualan Mobile Vendor Market Share in Indonesia	3
Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna Merek Smartphone pada Pra-Survey Awal	5
Tabel 1. 3 5 Brand Smartphone Terlaris pada Toko Badilan, Toko Central Grosir, Toko Love Com dan Jun Cell Phone	6
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu yang Relevan	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3. 2 Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur	36
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	39
Tabel 3. 4 Uji Validitas Sampel Besar	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	41
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	42
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Responden	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4. 4 Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser	52
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Kecamatan Buleleng.....	31
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram P-plot	48
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Heterokedasitas menggunakan Scatterplot	51
Gambar 4. 3 Struktur Hubungan Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo di Kecamatan Buleleng	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Data Penjualan Smartphone secara Global pada Bulan Agustus- Oktober 2022 berdasarkan Mobile Vendor Market Share in Indonesia	74
Lampiran 2 Hasil Olah Data Observasi Awal Jumlah Pengguna Smartphone	74
Lampiran 3 Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Produk dan Harga.....	74
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Aawal Variabel Promosi (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
Lampiran 6 Tabulasi Data Responden.....	84
Lampiran 7 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	89
Lampiran 8 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	92
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linear Berganda	96

