

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK OPPO**

SKRIPSI



**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Mengikuti
Program Sarjana Ekonomi**

**OLEH
KETUT DARTIA
NIM 1717041056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2021

SKRIPSI

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

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007


Pembimbing II,



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Ketut Dartia ini telah Dipertahankan
di depan dewan penguji pada
tanggal 12 juli 2021.

Dewan Penguji,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP. 198502202010121007

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



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

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Univesitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

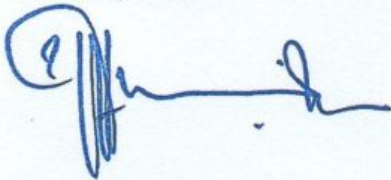
Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 12 juli 2021

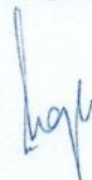
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo” 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 masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 12 juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Ketut Dartia
NIM.1717041056

KATA PERSEMBAHAN

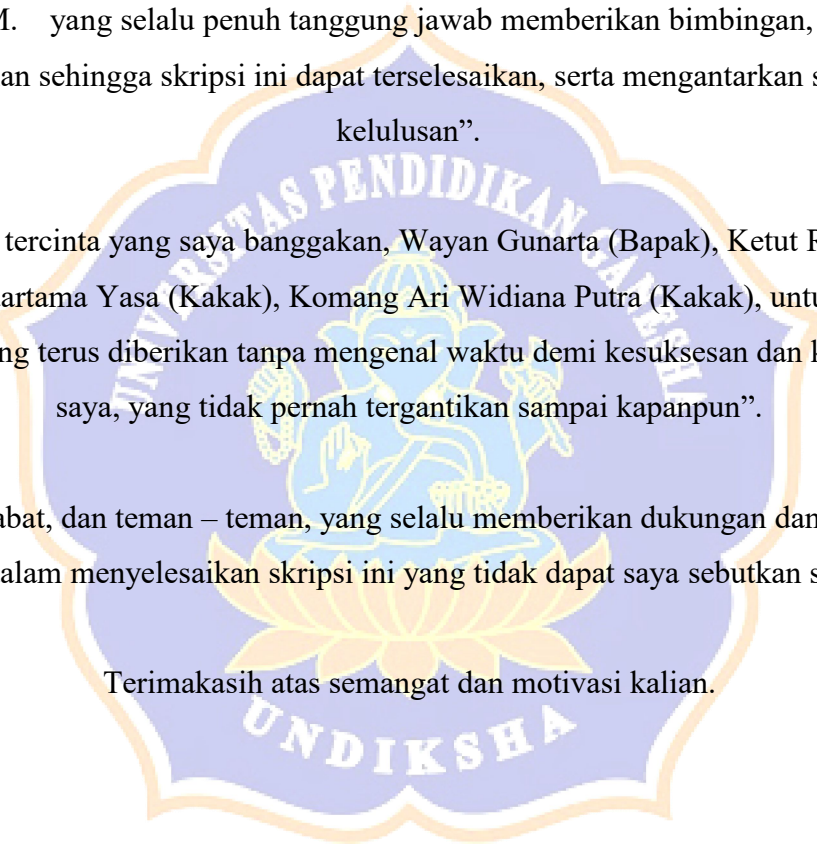
“Puji Syukur dan Astungkara saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugrah dan kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu”.

“Kepada Pembimbing Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. dan Rahutama Atidira, S.T., M.M. yang selalu penuh tanggung jawab memberikan bimbingan, saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, serta mengantarkan saya pada kelulusan”.

“Keluarga tercinta yang saya banggakan, Wayan Gunarta (Bapak), Ketut Renik (Ibu) Wayan Suartama Yasa (Kakak), Komang Ari Widiananda Putra (Kakak), untuk doa dan motivasi yang terus diberikan tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak pernah tergantikan sampai kapanpun”.

Untuk sahabat, dan teman – teman, yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas semangat dan motivasi kalian.



MOTTO

**“INVESTASI TERBESARMU
ADALAH KAMU MASIH MUDA”**

Ketut Dartia



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Shang Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.AK., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan Pembimbing I yang dengan penuh tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Rahutama Atidira, S.T., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Yang paling istimewa tentunya Bapak (Wayan Gunarta) Ibu (Ketut Renik). Selaku orang tua penulis yang tidak henti selalu mendukung dan memberikan motivasi Untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-Teman “Warjok” yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk selalu berjuang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulisan mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembang pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.



Singaraja, juli 2021

Penulis,

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoretis.....	12
2.1.1 Keputusan pembelian.....	12
2.1.1.1 Indikator Keputusan pembelian.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Harga.....	16
2.1.3.1 Indikator Harga.....	16
2.1.4 Desain Produk.....	17
2.1.4.1 Indikator Desain Produk.....	18
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	18

2.3 Hubungan Antara Variabel.....	21
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.4 Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Kerangka Berpikir.....	23
2.5 Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Rancangan Penelitian.....	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.4 Sampel Penelitian	27
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	30
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.8 Pengujian Hipotesis.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi data	39
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	40
4.2.1 Uji Normalitas Data.....	40
4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	41

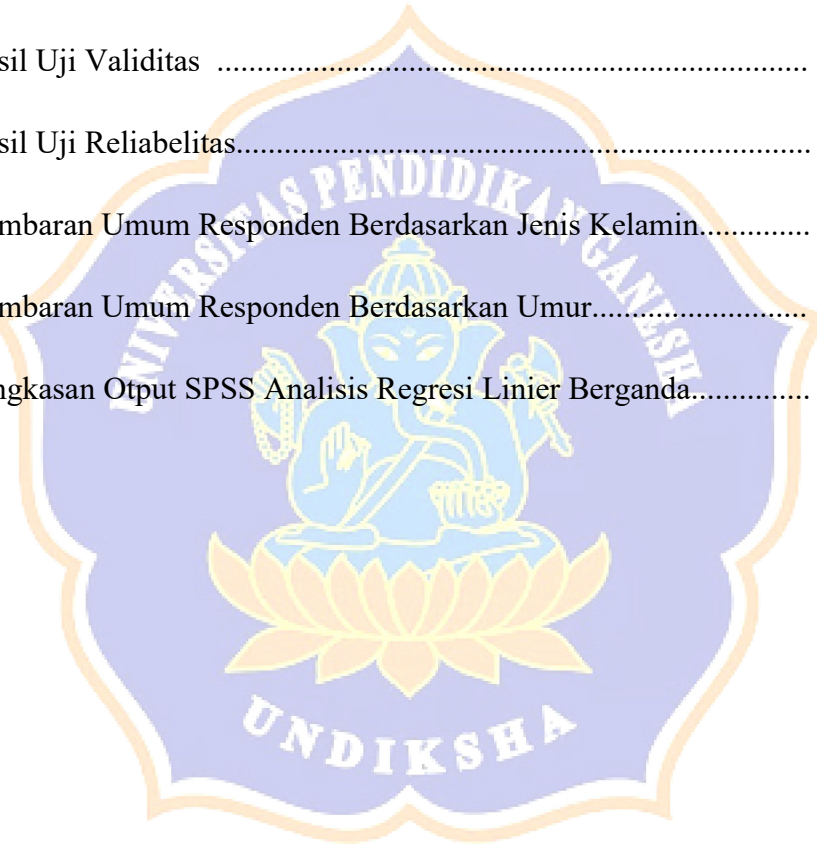
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	43
4.5 Pengujian Hipotesis.....	44
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
4.7 Keterbatasan Penelitian	52
4.8 Implikasi	53
 BAB V PENUTUP	
5.1 Ringkasan	54
5.2 Simpulan	55
5.3 Saran.....	55
DAFTAR RUJUKAN.....	57
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel
Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Definisi dan Operasional Variabel Peneliti.....	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabelitas.....	32
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.3 Ringkasan Otput SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 <i>Top Brand</i> Grafik Penjualan <i>Smartphone</i> Katategori Telekomunikasi/IT di Indonesia tahun 2018 sampai 2020.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. <i>Top Brand</i> Grafik Penjualan <i>Smartphone</i> Katategori Telekomunikasi/IT di Indonesia tahun 2018 sampai 2020.....	60
Lampiran 02. Kusioner Penelitian.....	61
Lampiran 03. Data Penelitian	65
Lampiran 04. Deskripsi Data Responden.....	91
Lampiran 05. Hasil Uji Instrumen	92
Lampiran 06. Hasil Uji Asumsi	96
Lampiran 07. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	97

