

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK OPPO DI ISTANA ELEKTRONIK
CABANG PTC MALL PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD SURYA UTAMA

NPM. 1901110069

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

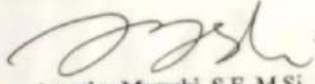
2022


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Surya Utama
Nomor Pokok/NIRM : 1901110069
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/ Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* merek OPPO di Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang

Pembimbing Skripsi


Tanggal 12-10-23 Pembimbing I : 
Agustina Marzuki, S.E., M.Si
NIDN: 0008086502


Tanggal 10-10-2023 Pembimbing II : 
Sultarti, S.E., M.M
NIDN: 0220086501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Program Studi


Dr. Msy. Miki, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN/0205056701

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Surya Utama
 Nomor Pokok : 1901110069
 Jurusan / Program Studi : Manajemen
 Jenjang pendidikan : Strata I (S1)
 Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
 Judul Proposal : Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan
 Kualitas Produk Terhadap Keputusan
 Pembelian SmartPhone Merek OPPO DI
 Istana Elektronik Cabang PTC Mall
 Palembang.

Penguji Skripsi

Tanggal 12-10-23 Ketua Penguji : Agustina Marzuki, SE., M.Si
 NIDN: 0008086502

Tanggal 10-10-2023 Penguji I : Suharti, SE, M.M
 NIDN: 0220086501

Tanggal 10-10-2023 Penguji II : Muhammad Said, SE., M.Si
 NIDN: 0217046401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal : 12-10-2023

Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
 NIDN: 0205026401

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal : 12-10-2023

Mariyam Zanariah, SE., M.M
 NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Kupersembahkan kepada

- *Bapak dan Ibu ku Tersayang*
- *Kakak-kakak ku Tercinta*
- *Sahabat karib Terbaik ku*
- *Teman Seperjuangan ku*
- *Almamater ku*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Surya Utama
NPM : 1901110069
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Proposal : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* merek OPPO di Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademik dari Universitas Tridinanti Palembang sesuai hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat tanpa adanya paksaan dari siapa pun dan dalam keadaan sadar.

Palembang, Oktober 2023
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Surya Utama

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* merek OPPO di Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran serta berbagai pihak yang telah memberikan saran dan bantuan, maupun masukan-masukan guna menyempurnakan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada Yth :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial S.E, M. Si, Ak. CA, CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah S.E, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Agustina Marzuki, S.E, M.Si. Selaku Pembimbing I, terima kasih atas bimbingannya, mulai dari waktu, motivasi, kritik, saran dan semua yang telah ibu berikan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

5. Ibu Suharti, S.E, M.M. Selaku Pembimbing II untuk Skripsi, penulis ucapkan terima kasih atas bimbingan, mulai dari waktu, motivasi, kritik, saran dan semua yang telah ibu ajarkan sampai penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Program Studi Manajemen.
7. Kedua orang tua ku, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik itu moril maupun materi.

Penulis sadar bahwa Skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk karya yang lebih baik lagi. Semoga karya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Palembang, Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Citra Merek	9
2.2.1 Pengertian Citra merek.....	9
2.2.2 Manfaat Citra merek	9
2.2.3 Indikator Citra merek	10
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	10
2.2.5 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	11
2.3 Harga.....	12
2.3.1 Pengertian Harga.....	12
2.3.2 Peranan Harga.....	12
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	13
2.3.4 Indikator Harga.....	14

2.3.5 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	15
2.4 Kualitas Produk	16
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.4.2 Indikator Promosi.....	17
2.4.3 Manfaat Kualitas Produk.....	18
2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	19
2.4.5 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	20
2.5 Keputusan Pembelian	21
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Pemikiran	26
2.8 Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.1.1 Tempat Penelitian	29
3.1.2 Waktu Penelitian.....	29
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.2.1 Sumber Data	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Rancangan Penelitian.....	34
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	35
3.5.1 Variabel Penelitian.....	35
3.5.2 Definisi Operasional	35
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data	38

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.3 Uji Normalitas	39
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.5 Uji Multikolonieritas	41
3.7.6 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda.....	41
3.7.7 Uji Hipotesis	42
3.7.8 Uji Parsial	42
3.7.9 Uji Simultan.....	43
3.7.10 Uji Koefisien Korelasi.....	44
3.7.11 Uji Koefisien Determinasi	44

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	48
4.1.4 Gambaran Umum Responden.....	50
4.1.5 Hasil Uji Instrumen.....	52
4.1.5.1 Uji Validitas.....	52
4.1.5.2 Uji Reliabilitas	56
4.1.6 Hasil Uji Analisis Data.....	57
4.1.6.1 Uji Analisis Statistik Derskriptif.....	57
4.1.6.2 Uji Normalitas.....	59
4.1.6.3 Uji Heterokedastisitas	60
4.1.6.4 Uji Multikolonearitas	61
4.1.6.5 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	62
4.1.6.6 Uji Hipotesis	64
4.1.6.7 Uji t Parsial	64
4.1.6.8 Uji F Simultan.....	66
4.1.6.9 Uji Koefisien Korelasi (r).....	67
4.1.6.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.2 Pembahasan	70

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 74

5.2 Saran 74

DAFTAR PUSTAKA 76**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Total Penjualan <i>Smartphone</i>	4
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	25
Tabel 3.1 Waktu Pengambilan Data	30
Tabel 3.2 Jumlah Konsumen <i>Smartphone</i> OPPO.....	33
Tabel 3.3 Variabel dan Definisi Operasional	36
Tabel 3.4 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.15 Hasil Uji T Parsial	65
Tabel 4.16 Hasil Uji F Simultan.....	66
Tabel 4.17 Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Korelasi	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Rumus Regresi Linier Berganda	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Istana Elektronik Cabang PTC Mall.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

ABSTRAK

Muhammad Surya Utama. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO di Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang. (Di bawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Ibu Agustina Marzuki, SE, M.Si dan Pembimbing Skripsi II Ibu Suharti SE, M.M).

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian *Smartphone*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada pembeli *Smartphone* OPPO. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden dengan menggunakan skala *likert*. Data diproses melalui program SPSS versi 24.0 dengan teknis analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% yang telah dikemukakan, diketahui bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO, hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu t_{hitung} sebesar $(2,488 > 1,985)$. Pada harga secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO, hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu t_{hitung} sebesar $(1,009 < 1,985)$. Pada kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO, hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu t_{hitung} sebesar $(4,195 > 1,985)$. Secara simultan pada uji F, didapatkan hasil yaitu $(17,732 > 2,70)$ artinya variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO. Sedangkan berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 34,3% yang berarti citra merek, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas disarankan untuk Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang agar dapat perlu menawarkan produk dengan kualitas produk yang baik, harga yang dapat bersaing dengan kompetitor lain. Sehingga keputusan konsumen dalam melakukan pembelian OPPO semakin meningkat dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel penelitian lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi, lokasi penjualan, kualitas pelayanan. Dengan harapan agar hasil penelitian yang selanjutnya dapat lebih baik.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Surya Utama. The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decisions for OPPO Smartphones at the Istana Elektronik PTC Mall Palembang Branch. (Under the guidance of Thesis Supervisor I Mrs. Agustina Marzuki, SE, M.Si and Thesis Supervisor II Mrs. Suharti SE, M.M).

This research aims to measure the magnitude of the influence of the independent variables, namely brand image, price and product quality on the dependent variable, namely the decision to purchase a smartphone. This research uses a quantitative and qualitative approach using primary data by distributing questionnaires to OPPO Smartphone buyers. The sample in this study was 97 respondents using a Likert scale. Data was processed using the SPSS version 24.0 program with multiple linear regression analysis techniques.

Based on the research results with a significance level of 5% that have been stated, it is known that there is a significant influence between brand image on OPPO Smartphone purchasing decisions, this is shown in the t test results, namely t calculated at $(2.488 > 1.985)$. Price does not significantly influence the decision to purchase an OPPO Smartphone, this is shown in the t test results, namely t calculated at $(1.009 < 1.985)$. Product quality significantly influences the decision to purchase an OPPO Smartphone, this is shown in the t test results, namely t calculated at $(4.195 > 1.985)$. Simultaneously in the F test, the results obtained were $(17.732 > 2.70)$, meaning that the variables of brand image, price and product quality significantly influenced the OPPO smartphone purchasing decision. Meanwhile, based on the coefficient of determination (R^2), it is 34.3%, which means that brand image, price and product quality have an influence on purchasing decisions and the remaining 65.7% is influenced by other variables not included in this research. Based on the research results above, it is recommended that the Istana Elektronik PTC Mall Palembang Branch should offer products with good product quality, prices that can compete with other competitors. So that consumer decisions in purchasing OPPO are increasing and in accordance with consumer needs and desires. For future researchers, it is hoped that future researchers can add other research variables that can influence purchasing decisions such as promotions, sales location, service quality. With the hope that the results of future research can be better

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchasing Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Alat komunikasi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali alat komunikasi, misalnya telepon rumah, *smartphone* atau bisa melalui *internet* (chatting, email, dan lain-lain). *Smartphone* bukan merupakan barang yang mewah bagi masyarakat pada saat ini, karena hampir semua masyarakat memiliki *smartphone*. Masyarakat lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan *smartphone* dari pada alat komunikasi lain nya, karena mudah dibawa dan dapat digunakan kapanpun ketika pengguna membutuhkannya. (techno.okezone.com)

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk. Citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud (Ratri, 2007). Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa (Alma, 2007). Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan

produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler dan Amstrong, 2008).

Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Lupiyoadi, 2008).

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Citra merek yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Citra merek yang tinggi akan menciptakan kesan positif di benak konsumen terhadap suatu produk. Di sisi lain, harga produk yang terjangkau juga dapat menciptakan pembelian konsumen karena konsumen cenderung mengutamakan produk yang harganya benar-benar terjangkau. Konsumen juga tidak mengabaikan kualitas produk meskipun harga suatu produk tersebut murah. Kualitas produk merupakan prioritas konsumen sebelum melakukan pembelian.

Banyaknya smartphone yang masuk ke Indonesia memberikan banyak pilihan merek, harga, dan kualitas produk untuk konsumen Indonesia. Merek mengidentifikasi sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen

untuk menuntut tanggung jawab atas kinerjanya kepada pabrikan atau distributor tertentu. Di sisi lain, harga dan kualitas produk juga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian *smartphone*. Faktor harga merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan produsen untuk menciptakan pembelian yang tinggi bagi konsumen. OPPO adalah salah satu jenis *handphone* pintar (*smartphone*) yang merilis telepon cerdas pertamanya di bulan Agustus 2013.

Kota Palembang adalah salah satu daerah yang masyarakatnya banyak menggunakan *smartphone* Oppo. Dari wawancara awal terhadap 20 orang konsumen yang menggunakan Oppo di Kota Palembang, 10 orang di antaranya berpendapat bahwa citra merek Oppo lebih baik seperti merek *Handphone* lainnya seperti Iphone, Samsung, Xiaomi, Asus, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan fitur-fitur *smartphone* Oppo lebih lengkap serta akses terhadap aplikasi-aplikasinya cepat. Selain itu harga *handphone* Oppo bervariasi tergantung dari varian tipenya. Variasi harga *smartphone* Oppo atas dasar tipe-tipenya dikarenakan setiap tipe *handphone* Oppo memiliki fitur dan spesifikasi yang berbeda-beda khususnya pada perangkat kerasnya. Di sisi lain, sebagian konsumen berpendapat bahwa kualitas produk *smartphone* Oppo bagus bila dilihat dari tampilan maupun fitur pendukungnya. (Marketeers.Com)

Salah satu produsen *smartphone* yang saat ini diminati oleh konsumen adalah OPPO. Salah satu penyumbang penjualan *smartphone* merek Oppo di Indonesia yaitu Istana elektronik yang dikenal dengan konsep *penjual alat-alat elektronik*. Cabang Istana Elektronik yang terkenal di Palembang yaitu Cabang

PTC Mall yang menyediakan alternatif belanja untuk keluarga dengan konsep modern. Berbelanja dengan menggabungkan *kenyamanan, dengan pelayanan terbaik* dalam satu kawasan. Selain itu untuk kebutuhan elektronik yang memiliki pilihan produk elektronik yang lengkap untuk memenuhi segala kebutuhan rumah tangga dengan pelayanan yang baik serta promo-promo menarik. Istana Elektronik PTC Mall menjadi tujuan untuk pembelian kebutuhan konsumen seperti *smartphone* merek Oppo yang paling banyak diminati oleh konsumen Istana Elektronik PTC Mall. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya tabel penjualan *smartphone* di Istana Elektronik PTC Mall dibawah ini:

Tabel 1.1
Total Penjualan Smartphone Januari – Maret 2023 di Istana Elektronik PTC Mall

NO	MERЕК	PENJUALAN (Rupiah)
1	OPPO	730.187.000
2	IPHONE	587.603.000
3	SAMSUNG	373.371.000
4	VIVO	29.598.000
5	XIAOMI	62.143.000

Sumber data: laporan Penjualan Smartphone Januari – Maret 2023 di Istana Elektronik PTC Mall

Oppo adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan tercanggih di lebih dari 20 Negara termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan Negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. OPPO berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas. OPPO adalah salah satu produsen Smartphone

yang sedang naik daun di pasar seluler Indonesia, termasuk pesaing baru di pasar seluler, namun pangsa pasarnya sudah tergolong tinggi.

Terdapat keunggulan OPPO yaitu produsen yang bergerak ke arah pasar high-end namun memiliki harga yang cukup terjangkau, hampir seluruh smartphone keluaran OPPO memiliki baterai yang kuat dan tahan lama, selain itu, OPPO smartphone cenderung tahan lebih lama dan dilengkapi dengan teknologi VOOC (Fast Charging), hanya dengan melakukan pengisian selama 30 menit, kemudian yang menarik lagi dari OPPO yaitu kualitas kameranya, layar OPPO terkenal dengan resolusi tinggi dan berteknologi IPS yang membuat penggunanya betah memandangi layar smartphone yang jernih dan tajam, tidak hanya itu OPPO smartphone juga dibekali dengan gorilla glass 4 yang kokoh dan antigores, dengan begitu layar smartphone OPPO lebih awet dan aman bahkan saat tidak sengaja menjatuhkannya atau menggores layar. Sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen mengalami berbagai tahapan mulai dari memilih suatu merek kepercayaannya, mempertimbangkan harga suatu produk, serta kualitas dari suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO (Studi kasus pada konsumen Istana Elektronik PTC Mall)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah adalah pertanyaan yang mencari jawaban melalui pengumpulan dan kajian data. Dimana pencarian dapat dilakukan berdasarkan

tingkat interpretasi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Citra merek secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO ?
2. Bagaimana Pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO ?
4. Bagaimana Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, dan menganalisis :

1. Pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO.
2. Pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO.
3. Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO.
4. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah penegasan dan harapan penelitian, tentang hasil yang didapatkan dalam penelitian memberi manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis.

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dengan realita yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti Citra Merek, Harga dan Kualitas produk yang memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

3. Bagi Akademi

4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih tentang Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anna, N. (2002). *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan*.
- Gary Amstrong, K. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Janah, M. R. (2013). Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Talenta pysicsology, II, 2*.
- Kartajaya. (2007). *Hermawan Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan, Customer, Relationship Management Dan Service Untuk Mendongkrak Laba*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kartajaya. (2007). *Hermawan Kartajaya On Segmentation*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Murwatiningsih. (2014). *Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Karakter Pelanggan di Pasar Tradisional Semarang*.
- Nadiya dan Wahyuningsih. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di Marketplace*. STIE Pelita Nusantara. Vol.3.
- Pratami, Dkk (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Honda Scoopy Pada PT. Mertha Buana Motor Singaraja*. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja Vol.2 No.1
- Ratri. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Merek*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ratri. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Merek*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rina S,M. (2007). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Merek Ponds*.

- Sangadji, S. D. (2016). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Edisi 19. Buku 1, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Edisi 19. Buku 1, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R dan D*, Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran, Edisi III* . Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Wijaya, E.A. (2014). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa Jurusan MAjnajemen*.
- Wijaya, R.P. (2022). *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi pada PT. Macang Jaya Cemerlang Palembang*. Universitas Tridianti Palembang.
- Wowor, Dkk. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado*. Universitas Sam Ratulangi.