

**PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO**

**( Studi Kasus Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen**

**Semester 7 Universitas Tridianti)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Mencapai**

**Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh :**

**RADIKA ANGGRAINI**

**NPM. 2001110020**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDIANANTI**

**2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO**

**( Studi Kasus Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen**

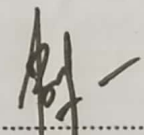
**Semester 7 Universitas Tridianti)**

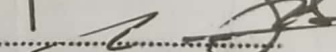
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RADIKA ANGGRAINI  
Nomor Pokok/NPM : 2001110020  
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO (Studi Kasus  
Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Semester 7  
Universitas Tridinanti)

Pembimbing Skripsi

Tanggal 02-04-2024 Pembimbing I :   
Baidowi Abdhie, SE., M.P  
NIDN : 0210116101

Tanggal 02-04-2024 Pembimbing II :   
Herlan Djunaidi, SE., M.Si  
NIDN : 0219086101

101 /PS/DFEB/24

Mengetahui,

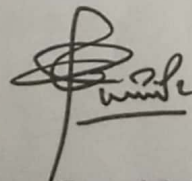
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi



Dr. Msy. Mikial, SE. M. Si. Ak. CA. CSRS

NIDN : 0205026401



Mariyam Zanariah, S.E. M.M

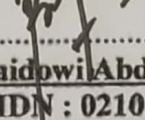
NIDN : 0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

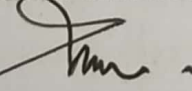
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RADIKA ANGGRAINI  
Nomor Pokok/NPM : 2001110020  
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO (Studi Kasus  
Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Semester 7  
Universitas Tridinanti)

Penguji Skripsi

Tanggal 02-04-2024 Ketua Penguji :   
Baidowi Abdhie, SE., M.P  
NIDN : 0210116101

Tanggal 02-04-2024 Penguji I :   
Herlan Djunaidi, SE., M.Si  
NIDN : 0219086101

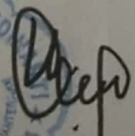
Tanggal 01-04-2024 Penguji II :   
Ulil Amri, SE., M.Si  
NIDN : 0229016201

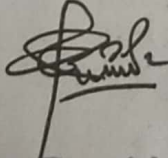
101/PSIDFEB/24

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi

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

  
Mariyam Zanariah, S.E. M.M  
NIDN : 0222096301

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Radika Anggraini

Nomor Pokok / NIM : 2001110020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan Manajemen : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO (Studi Kasus Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Semester 7 Universitas Tridinanti)”** adalah benar-benar merupakan karya asli saya. Kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan kekeliruan dengan skripsi ini, maka sepenuhnya tanggung jawab saya sebagai peneliti. Demikian surat ini, saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Palembang, April 2024



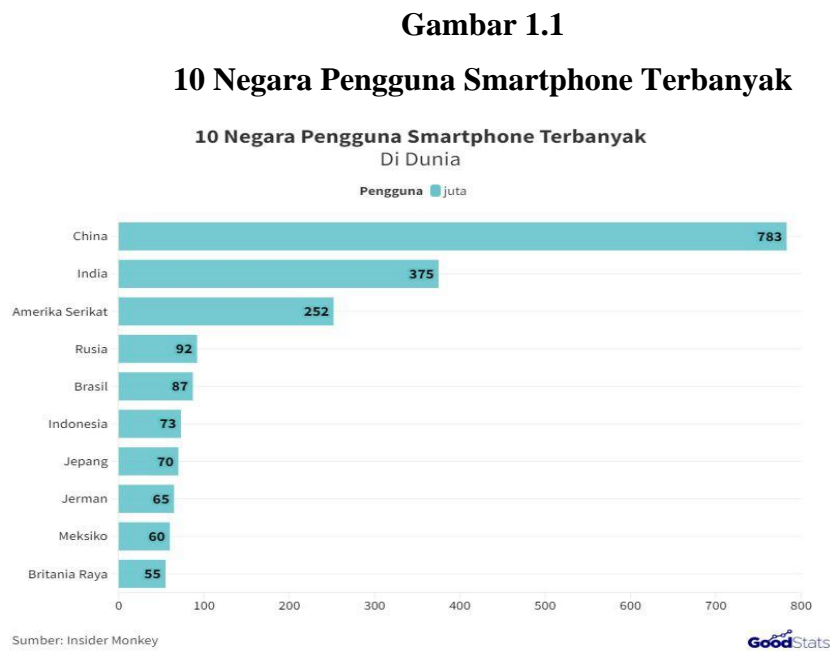
(Radika Anggraini)

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat. Pilihan konsumen pada *smartphone* semakin beragam. Saat ini *smartphone* tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini :



Sumber : Goodstast (Tahun 2023)

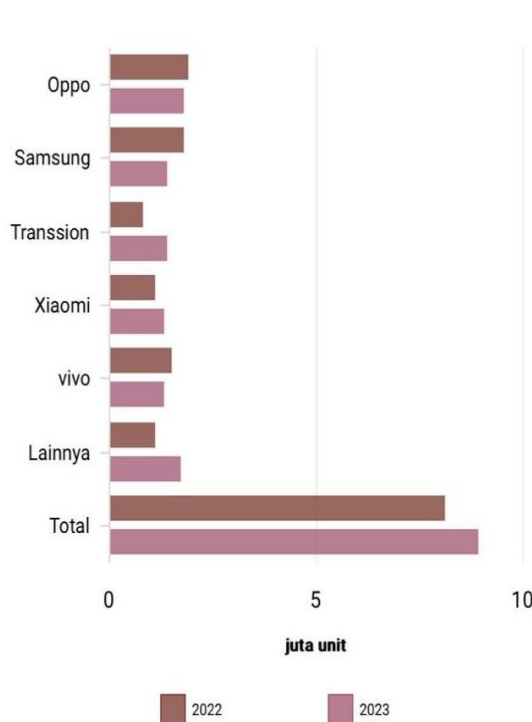
Diantara dua sistem operasional *smartphone*, android secara khusus menguasai 70,93% pangsa pasar *smartphone* global pada tahun 2023. Sementara

sistem operasi IOS menguasai 28,37% pasar. Dari data diatas Indonesia menduduki pada posisi ke-6 dari 10 negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak di dunia.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, dengan jumlah 277 juta jiwa menurut *worldometers* per 8 agustus 2023. Indonesia berada pada posisi keenam dalam jajaran negara dengan pengguna *smartphone* terbaik, mencapai 73 juta pengguna.

**Tabel 1.1**

**Smartphone OPPO terbaik dan Harga Terbaru 2023**



No.	Nama	2022/ Juta unit	2023/ Juta unit
1.	Oppo	1,9	1,8
2.	Samsung	1,8	1,4
3.	Transsion	0,8	1,4
4.	Xiomi	1,1	1,3
5.	Vivo	1,5	1,3
6.	Lainnya	1,1	1,7
7.	Total	8,1	8,9

Sumber : IDC (Tahun 2023)

Dari tabel diatas, laporan IDC menunjukkan OPPO menggeser posisi Samsung menjadi vendor *smartphone* terlaris di Indonesia pada kuartal III-2023. OPPO kembali meraih peringkat pertama setelah sebelumnya tergeser, dengan



berbagai rilis model baru yang mendorong pertumbuhan di berbagai segmen harga. Pengiriman *smartphone* mencapai 1,8 juta unit sepanjang kuartal III-2023 atau turun 4,4% dari kuartal III-2022 (*yoy*) yang sebanyak 1,9 juta unit.

Masyarakat kita sangat haus akan *browsing, chatting, bermain game, memutar video* dan juga untuk bekerja serta belajar dengan menggunakan *tablet* atau *smartphone*. Internet juga sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu, karna dengan adanya internet seseorang dapat memperoleh banyak informasi. Internet juga bermanfaat untuk berbisnis, politik, ekonomi, dan bersosialisasi. Melalui internet banyak saran yang menyediakan berbagai informasi, misalnya *e-mail, e-learning, e-business, e-book, e-library*, dan masih banyak lagi.

Munculnya perilaku masyarakat tersebut membuat permintaan akan *smartphone* meningkat pesat. Meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap *smartphone* membuat persaingan semakin ketat di pasar seluler untuk memenuhi permintaan konsumen. Oleh karna itu, setiap perusahaan akan bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda. Produsen *smartphone* tentunya memiliki keunggulan masing-masing dan semuanya bersaing dalam merebut pasar konsumen melalui berbagai macam terobosan dan inovasi.

OPPO merupakan salah satu produk *smartphone* yang berasal dari negara China yang saat ini telah datang di Indonesia dan sekarang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ketika OPPO pertama kali diluncurkan di pasar seluler Indonesia pada tahun 2013 silam. *Smartphone* OPPO menjadi salah satu merek yang semakin mengangkat penjualannya. Ketika pertama kali produk OPPO

diluncurkan di Indonesia langsung disambut baik oleh konsumen dan dianggap sebagai salah satu inovasi ponsel terbesar yang pernah ada. OPPO Salah satu produsen *smartphone* yang sedang naik daun di pasar selular Indonesia yang memiliki pangsa pasar yang tergolong tinggi. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini beberapa seri dari produk OPPO terbaik di pasar selular :

**Tabel 1.2**

***Smartphone* OPPO Terbaik dan Harga Terbaru 2023**

<b>No</b>	<b>Hp OPPO Terbaik</b>	<b>Harga Terbaru</b>
1.	OPPO Find N3	Rp 29.999.00
2.	OPPO Find N3 Flip	Rp 15.999.000
3.	OPPO Find X5 Pro 5G	Rp 13.999.00
4.	OPPO Reno 10 Pro+ 5G	Rp 10.999.00
5.	OPPO Reno 10 Pro 5G	Rp 7.999.000
6.	OPPO Reno 10 5G	Rp 5.999.000
7.	OPPO Reno 8T 5G	Rp 5.399.000
8.	OPPO A98 5G	Rp 4.499.000
9.	OPPO A78 5G	Rp 3.399.000
10.	OPPO A58	Rp 2.399.000
11.	OPPO A38	Rp 1.999.000



12.	OPPO A18	Rp 1.799.000
-----	----------	--------------

Sumber : bhinneka.com (Tahun 2023)

Kemunculan *smartphone* OPPO yang membuat pencinta *gadget* di Indonesia dibuat penasaran oleh *smartphone* tersebut. Dengan seri produk yang beragam dan harga yang sangat bervariasi, *Smartphone* OPPO menggunakan sistem operasi *android* yang sangat digemari oleh semua kalangan pada saat ini. Keunggulan *Smartphone* 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, *Smartphone* OPPO cenderung tahan lebih lama dan dilengkapi dengan teknologi VOOC (*Fast Charging*), Hanya dengan melakukan pengisian selama 30 menit, kemudian yang menarik lagi dari *Smartphone* OPPO yaitu kualitas kameranya, layar *Smartphone*

OPPO terkenal dengan resolusi tinggi dan berteknologi IPS yang membuat penggunaanya betah memandangi layar Smartphone yang jernih dan tajam, tidak hanya itu *Smartphone* OPPO juga dibekali dengan gorilla lass 4 yang kokoh dan anti gores, dengan begitu layar *Smartphone* OPPO lebih awet dan aman bahkan saat tidak sengaja menjatuhkan atau menggoreskan layar. Keberagaman varian produk dan fitur-fitur yang ada didalam *smartphone* yang ditawarkan produk tersebut mampu menandingi produk *smartphone* yang sudah lama beredar di pasaran.

Dalam melakukan keputusan pembelian *smartphone* ada beberapa beberapa hal yang harus dipertimbangkan salah satunya adalah citra merek. . Citra merek merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya suatu transaksi pembelian. Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*Brand Image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di inginkan konsumen. (Tjiptono, 2015:49). Sebuah identitas yang dinilai oleh konsumen baik buruknya sebuah merek dari perusahaan hal ini menjadi identitas dan persepsi tersendiri untuk konsumen.

Konsumen biasanya menilai suatu produk layak untuk mereka beli atau tidak bukan hanya dilihat dari citra merek tetapi juga dari produk itu sendiri seperti varian produk. Variasi produk dapat berupa variasi ukuran, harga, penampilan, dan komposisi (Kotler & Keller, 2008:82). Varian produk juga sangat mempengaruhi minat konsumen terhadap produk yang dijual suatu perusahaan. Perusahaan yang menjual produk yang bervariasi yang memberikan kemudahan bagi para konsumen

terutama dalam segi waktu karena tidak merepotkan konsumen untuk beralih ke perusahaan lainnya saat ingin mencari produk lain ataupun produk pelengkap.

Selain varian produk yang beragam, Harga produk hal selanjutnya yang sering menjadi pertimbangan konsumen karena mayoritas dari konsumen mencari produk dengan harga yang relatif murah. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendapatkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. (Tjiptono, 2015:178). Untuk mampu bersaing, perusahaan juga harus mampu menciptakan suatu peluang yang belum dilakukan oleh pesaingnya untuk bisa lebih maju agar tercipta suatu usaha yang memiliki nilai lebih ditengah-tengah terjadinya persaingan tersebut. Dengan harga yang disesuaikan berdasarkan kemampuan pelanggan serta tersedianya keragaman produk dan ditambah dengan citra merek yang baik maka konsumen dengan sendirinya juga akan merasa puas dalam membeli produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti berusaha mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO yang meliputi citra merek, varian produk, harga dan keputusan pembelian sehingga penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH CITRA MEREK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO” (Studi Kasus Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Semester 7 Universitas Tridinanti Palembang)**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Apakah pengaruh Citra Merek, Varian Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek OPPO?
2. Apakah pengaruh Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO?
3. Apakah pengaruh Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO?
4. Apakah pengaruh Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Pengaruh Citra Merek, Varian Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan pembelian *Smartphone* Merek OPPO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Semester 7 jurusan manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
2. Pengaruh Citra Merek secara persial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Semester 7 jurusan manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

3. Pengaruh Varian Produk secara persial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Semester 7 jurusan manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Pengaruh Harga secara persial terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Semester 7 jurusan manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis dalam bidang penelitian yang dimulai dari pengumpulan data, penelitian ini merupakan penerapan teori-teori dari ilmu pengetahuan yang diterima dan dipelajari selama mengikuti mata kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti citra merek, varian produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan informasi dan menambah wawasan lebih tentang perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A, (2010), *Measuring brand equity across products and markets*, California: Management Review.
- Alma, Buchari, (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Alfian, B, (2012), *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar*: Skripsi Universitas Hasanuddin.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Armstrong, Kotler (2016), *Marketing An Introduction, Edisi 13*, USA: Perason Education.
- Andri Wicaksono, (2007), *Menulis Kreatif Sastra: dan Beberapa Model Pembelajarannya*, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Arthur A. Thomson, M. A, (2016), *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*, New York: McGraw-Hill Education.

Baidowi Abdhie, (2023), *Praktikum Statistik*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Tridinnati Palembang.

Basu, Swastha, (2010), **Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen**, Yogyakarta. BPFE UGM.

Bhinneka.com, (*Akses Melalui Internet Link <https://www.bhinneka.com/blog/hp-oppo-terbaik/amp/>*) Diakses pada 22 November 2023. Pukul 11:59 WIB

Databoks.katadata.co.id, (*Akses Melalui Internet Link [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/21/pengiriman)  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/21/pengiriman>*)  
Diakses pada 21 November 2023. Pukul 11:17 WIB.

Dewi Laily Purnamasari, Dewi Maharani Purbasari, dan Adinda Nur Kholifah, (2022), *Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Centra Batik Di Bandar Lampung*, Universitas Saburai dan Universitas Mitra Indonesia.

Fandy, Tjiptono, (2010), **Strategi Pemasaran, Edisi ketujuh**, Penerbit Andi: Yogyakarta.

Fandy, Tjiptono, (2015), *Strategi Pemasaran Edisi 4*, Penerbit Andi: Yogyakarta.

Farras Abhista, (2021), *Pengaruh Citra Merek, harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shoopee di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.



Goodstats.id (Akses Melalui Internet Link Goodstats.id

<https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-pengguna-smartphone>)

Diakses pada 20 November 2023. Pukul 10:04 WIB.

Husein, Umar, (2011), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ike Vanessa, (2017), *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Universitas Brawijaya.

Kotler, Philip & Keller., (2008), *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Erlangga: Jakarta.

Kotler, P dan Keller, K.L, (2016), *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga: Jakarta.

Kotler dan Keller, (2012), *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip, (2012), *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan, Jakarta: Rajawali

Kotler, Philip., Keller, Kevin L, (2013), *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Amstrong, (2018), *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2017), *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.

Muhammad Fakhru Rizky NST Hanifa Yasin, (2014), *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.*

Nova Kurnia Dewi Lestari, Sri Ekowati, (2020), *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat*, Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Nur Amalia, (2019), Pengaruh Cirta Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan, Universitas Trunojoyo Madura.

Rambat Lupiyoadi, (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ke 3*, Salemba Empat: Jakarta.

Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: ALFABETA.

Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta.