



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABYA**

SKRIPSI

**Pengaruh Citra Merek, Harga, dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Telepon Seluler Oppo pada Wong 9 Cell
di Kecamatan Balongpanggang,
Kabupaten Gresik**

**Lintar Bagus
Wicaksono
151500130**

**Dosen Pembimbing
Tony Susilo Wibowo, S.E, M.Pd, MSM**

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TELEPON SELULER OPPO
PADA WONG 9 CELL DI KECAMATAN
BALONGPANGGANG KABUPATEN
GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**Lintar Bagus Wicaksono
151500130**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Oppo Pada Wong 9 Cell Di Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik.

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Lintar Bagus Wicaksono
- b. NIM : 151500130
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi
- e. Alamat e-mail : lintarbagusw@gmail.com

Surabaya, 07 Februari 2020

Mengetahui,
Dosen Pembimbing I,



Tony Susilo Wibowo, SE, M.P.d, MSM
NPP/NIP : 0709494/DY

Dekan,



Dra. Siti Istikhoroh, Msi
NIP: 196710191992032001

Menyetujui,

Ketua Program Studi,



Tony Susilo Wibowo, SE, M.P.d, MSM
NPP/NIP : 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya:

Hari : Jum'at
Tanggal : 17 Januari 2020

Penguji I



Drs. Sugijanto.M.Ak.
NIP/NPP: 0501487/DY

Penguji II



Fachrudiy Asjari, Dr., MM S.Psi
NIP/NPP: 1202612/DY

Motto

*Sebagian Orang Ingin Melihatmu
Gagal.Kecewakan Mereka Dengan
Kesuksesan*

***Skripsi ini saya persembahkan
untuk :***

Kedua orang tua saya, Kakak saya, Adik saya,
Seluruh keluarga dan saudara-saudara
saya Sahabat-sahabat saya,
Teman-teman dari manajemen
angkatan 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Oppo pada Wong 9 Cell di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik”**. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, MS selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Ibu Dra. Istikhoroh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengeta

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat Bagi pembaca.

Surabaya, 20 Mei 2019

Penulis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lintar Bagus Wicaksono
NIM : 151500130
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul :

“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Oppo Pada Wong 9 Cell Di Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018-2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Januari 2020
Mahasiswa,



Lintar Bagus Wicaksono
NIM: 151500130

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
<u>DAFTAR TABEL.....</u>	<u>xiii</u>
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>xiv</u>

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.1.1 Pengertian pemasaran	13
2.2.1.2 Manajemen pemasaran.....	13
2.2.1.3 Strategi pemasaran	13
2.2.1.4 Bauran pemasaran	14
2.2.2 Citra merek	15
2.2.2.1 Pengertian Citra merek.....	15
2.2.2.2 Fungsi dan peran Citra merek	16
2.2.2.3 Faktor pembentukan Citra merek.....	16
2.2.2.4 Dimensi Citra merek.....	17
2.2.2.5 Indikator Citra merek.....	18

2.2.3	Harga.....	20
2.2.3.1	Pengertian Harga.....	20
2.2.3.2	Persepsi Harga.....	20
2.2.3.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga	21
2.2.3.4	Tujuan penetapan Harga.....	22
2.2.3.5	Indikator Harga.....	23
2.2.4	Promosi.....	25
2.2.4.1	Pengertian Promosi.....	25
2.2.4.2	Peran dan alasan penggunaan Promosi.....	25
2.2.4.3	Tujuan Promosi.....	26
2.2.4.4	Indikator Promosi.....	27
2.2.5	Keputusan Pembelian.....	28
2.2.5.1	Pengertian pembeli.....	28
2.2.5.2	Pengertian Keputusan pembelian.....	28
2.2.5.3	Tahap-tahap Keputusan pembelian.....	30
2.2.5.4	Indikator Keputusan pembelian.....	31
2.3	Kerangka Konseptual.....	32
2.4	Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian.....	37
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.2.3	Teknik pengambilan data.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4	Teknik pengumpulan data.....	41
3.5	Variabel penelitian dan Definisi Operasional variabel	42

3.5.1	Variabel penelitian.	42
3.5.2	Definisi operasional variabel.....	43
3.6	Teknik analisis data	48
3.6.1	Analisis deskriptif	49
3.6.2	Analisis kuantitatif.....	49
3.6.3	Uji asumsi klasik.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Penyajian data penelitian	57
4.2	Gambaran umum responden	57
4.2.1	Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
4.2.2	Data responden berdasarkan usia.....	58
4.3	Deskripsi hasil penelitian	59
4.3.1	Hasil kuisioner.....	59
4.3.2	Deskripsi data penelitian	63
4.3	Hasil analisis data	64
4.4.1	Pengujian instrumen penelitian	64
4.4.1.1	Hasil pengujian validitas.....	64
4.4.1.2	Hasil pengujian reliabilitas.....	65
4.4	Pengujian asumsi klasik	66
4.5.1	Hasil pengujian normalitas.....	67
4.5.2	Hasil pengujian multikolinearitas.....	67
4.5.3	Uji heteroskedastisitas	68
4.5.4	Hasil pengujian regresi linier berganda.....	69
4.5.5	Pengujian hipotesis	71
4.5.5.1	Uji hipotesis parsial (uji t).....	71
4.5.5.2	Uji hipotesis simultan (uji f).....	73
4.5	Pembahasan hasil penelitian.....	73

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian....	11
3.1 Definisi operasional dan indikatornya	47
4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin	58
4.2 Data responden berdasarkan usia	58
4.3 Kategori mean masing-masing variabel.....	59
4.4 Jawaban respondeng mengenai variabel citra merek ..	60
4.5 Jawaban responden mengenai variabel harga.....	61
4.6 Jawaban responden mengenai variabel promosi.....	62
4.7 Jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian.....	63
4.8 Hasil pengujian validitas.....	64
4.9 Hasil pengujian reliabilitas	66
4.10 Uji normalitas.....	67
4.11 Uji multikolinearitas.....	68
4.12 Uji heteroskedastisitas	69
4.13 Uji analisis linier berganda.....	70
4.14 Hasil uji T	71
4.15 Hasil uji F	73

**DAFTAR
GAMBAR**

Gambar	H
alaman	
2.1 Kerangka Konseptual	34
3.1 Rancangan Penelitian	38