

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

(Studi Kasus Seluruh Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



Disusun Oleh:

RAHMAT HIDAYAT

NIM: 1800011153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

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

(Studi Kasus Seluruh Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Yogyakarta)

Diajukan Oleh:

Rahmat Hidayat

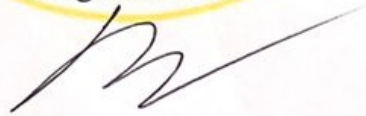
NIM: 1800011153

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan

Tanggal: 15 Juni 2023

Yang terdiri dari



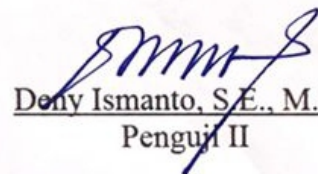
Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si

Ketua



Ani Muttaqiyathun, S.E., M.Si.

Penguji I



Deny Ismanto, S.E., M.M.

Penguji II



Mengetahui

Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR

NIY: 60960144

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi :

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

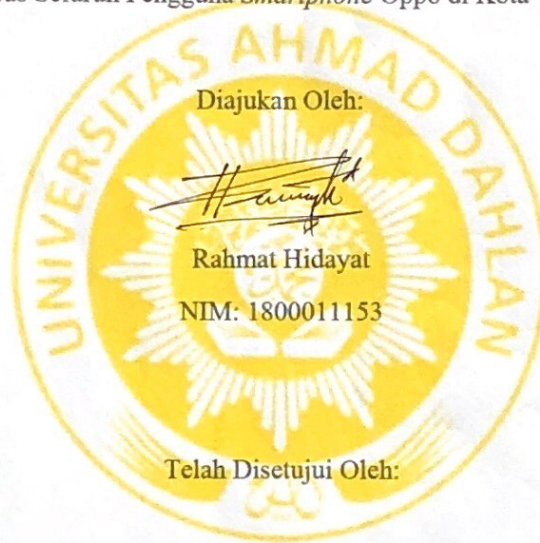
(Studi Kasus Seluruh Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Yogyakarta)

Diajukan Oleh:



Rahmat Hidayat

NIM: 1800011153



Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Salamatun Asakdiyah, M.Si.
NIY: 196205021987032001

Tanggal, 15 Juni 2023

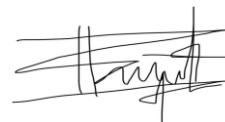
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH EKUITAS MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SMARTPHONE* OPPO** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan



Rahmat Hidayat

NIM: 1800011153

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang tanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Hidayat

NIM : 1800011153

Email : rahmat.abaman98@gmail.com

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahaan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau publikasi orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan



Rahmat Hidayat

NIM: 1800011153

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahmat Hidayat
NIM : 1800011153
Email : rahmat.abaman98@gmail.com
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program : Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

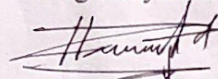
Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak)

Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respositor Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan



Rahmat Hidayat
NIM: 1800011153

Mengetahui;
Pembimbing



Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.
NIY: 196205021987032001

MOTTO

“Jika Kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat baik bagi diri kalian sendiri”

(QS. Al-Isra:7)

"If you do good, you are actually doing good for yourself"

(QS. Al-Isra:7)

“Maja Labo Dahu”

“Malu dan Takut”

“Malu Berbuat yang Tidak Baik dan Takut Hanya Kepada Sang Pencipta”

“Shame on doing something wrong and fear only to Allah”

PERSEMBAHAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang dipersembahkan untuk:

1. Sujud syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas takdirmu telah Kau jadikan manusia yang senantiasa beriman, berilmu, berpikir dan bersabar dalam menjalani kehidupan. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih cita-cita dan kesuksesan dimasa yang akan datang. Aamiin Ya Rabbal'alamiin.
2. Kedua Orang tua saya yang tercinta Bapak Muhammad Yamin dan Ibu Sitti Asmah yang tak pernah lelah memberikan semangat, do'a, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada seluruh keluarga dan saudara saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar skripsi saya cepat selesai dengan hasil yang baik dan memuaskan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, kemudahan serta kelancaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Smartphone* Oppo”** (Studi Kasus Seluruh Pengguna Smartphone Oppo di Kota Yogyakarta).

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang teramat besar kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T. Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk melanjutkan studi S1 saya di Universitas Ahmad Dahlan
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Tina Sulistiyani S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan izin dan kemudahan penyusunan skripsi ini, sekaligus selaku

dosen penguji yang telah memberikan masukan-masukan hingga skripsi ini selesai.

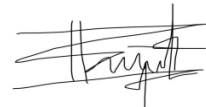
4. Bapak Deny Ismanto, S.E, M.M., Selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih telah memberikan solusi dan pendampingan selama perkuliahan sehingga penulis dapat mengikuti perkuliahan dengan baik.
5. Ibu Dr., Salamaton Asakdiyah, M.Si., Selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih telah selalu sabar membimbing, memberi Saran, dan semangat selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan. Terima kasih telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan juga semangat selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak Muahammad Yamin dan Ibu Sitti Asmah terimakasih untuk semua perjuangan dan doa yang menjadi motivasi penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kakak saya tersayang Ardiansyah, Mardhiyyatul Kabirah, dan kakak ipar saya Eka Yusminingsih, Muhammad Fajrin yang telah mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman terbaik saya selama menjalani perkuliahan Eef Saifullah Doloan, Safrizal Musantoso, Abdullatief Giffari, Khoirul Arifin, Agansia Gilang, Agung Pratama dan teman-teman lainnya yang berada dalam bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan, memberikan bantuan, memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sudah berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis ini saya memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Penulis



Rahmat Hidayat

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Ekuitas Merek	12
3. Harga	14
4. Kualitas Produk	16
B. Pengembangan Hipotesis	20
C. Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Populasi dan Sampel	24
B. Teknik Pengambilan Sampel	25
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	26
D. Skala Pengukuran	26
E. Definisi Operasional Variabel	27
F. Uji Instrumen	30
G. Teknik Analisis	31

H. Teknik Analisis	32
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	38
B. Teknik Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Analisis Regresi Linear Berganda	43
C. Pembahasan	48
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Keterbatasan Penelitian	52
C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional	27
Tabel 4.1 KMO Ekuitas Merek.....	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek	35
Tabel 4.3 KMO Harga	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	36
Tabel 4.5 KMO Kualitas Produk	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	37
Tabel 4.7 KMO Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif	40
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	42
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.15 Hasil Uji T	45
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Oppo	3
Gambar 1.2 Top Five Brand <i>Smartphone</i> di Indonesia	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2 Data Responden.....	61
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas (30 Responden)	62
Lampiran 4 Teknik Analisis Data	66
Lampiran 5 Data 30 Responden.....	67
Lampiran 6 Data 100 Responden.....	68

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ekuitas merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pengguna *smartphone Oppo*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *smartphone Oppo* di Kota Yogyakarta. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 Responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linier berganda uji T dan Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan ekuitas merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Nilai R square sebesar 0,834 Menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 83,4% dan sisanya 16,6% dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian.

Kata Kunci: ekuitas merek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to "analyze brand equity, price, and product quality on purchasing decisions for Oppo smartphone users. The population in this study are people who use Oppo smartphones in Yogyakarta City. The sample in the study was 100 respondents. This research uses a quantitative approach. The data collection method uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple linear regression T test and F test.

The results of this study indicate that brand equity has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and brand equity, price, and product quality have a significant effect on purchasing decisions simultaneously. The R square value of 0,834 indicates that the ability of the independent variables to explain the variation in the dependent variable is 83.4% and the remaining 16.6% is explained by variables outside the research model."

Keywords: brand equity, price, product quality, purchasing decisions.