PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Irfan Yuda

Nim : 212016122

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada

Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Irfan Yuda

Nim : 212016122

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Irfan Yuda
NIM	: 212016122
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitihan saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah dituis atau diduplikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Palembang, Agustus 2021

Irfan Yuda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	: Irfan Yuda
Nim	: 212016122
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, September 2021

Pembimbing I,

Mardiana Puspasari, S.E, M.Si
NIDN. 0226107001

Pembimbing II,

Gumar Herudiansyah, S.E.,M.M
NIDN. 0202039203

Mengetahui,
Dekan
u.b.Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si
NIDN. 0229057501

MOTTO :

"Tiada awan di langit yang tetap selamanya. Tiada mungkin akan terus-menerus terang cuaca. Sehabis malam gulita lahirlah pagi membawa keindahan. Kehidupan manusia serupa seperti alam"

"Ubahlah hidupmu mulai hari ini, jangan bertaruh di masa depan nanti, bertindaklah sekarang tanpa menunda-nunda lagi"

"Setiap pensuci punya masalalu, dan setiap pendosa punya masa depan"

(Irfan Yuda)

Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....

Skripsi kupersembahkan kepada

- **Ayahanda dan Ibunda tercinta (Solikin dan Marnila)**
- **Saudara perempuanku (Rinanda Dwi Agustin)**
- **Saudara Laki-laki ku (Muhammad Kaffa Akbar)**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Tehadap Keputusan Pembelian . Pada teknik analisis penulis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi.23.0.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Solikin dan Ibunda Marnila tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. " *Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil".*Adikku Rinanda Dwi Agustin dan Muhammad Kaffa Akbar.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli,S.E.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan,SE.,MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani,SE.,M.Si., Ketua Program StudI Manajemen dan Bapak Mister Candera,S.Pd.,Msi., Sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Zuhriyah, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik
5. Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Dan Seluruh Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan dan kegiatan lainnya.
7. Keluarga Besarku tercinta terutama kedua Orang tua yang telah memberikan do’a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Keluarga besar paket 4 yang telah membuat hari-hari penulis sangat indah di bangku perkuliahan.
9. Teman seperjuangan Rio Agus Kurniawan, Fairus Pramaga, M.Yusrizal, Septa Putra, dan Mekel Devano terima kasih buat bantuan dan dukungannya.

10. Sahabat tercinta , Adelia Anggraini terimakasih atas semangatnya dan segala bantuannya.
11. Keluarga besar KKN mandiri 54 ranting Kayu Agung terima kasih atas kebaikannya selama KKN.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan memdapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2021
Penulis

(Irfan Yuda)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN PRAKATA vi

HALAMAN DAFTAR ISI ix

HALAMAN DAFTAR TABEL xi

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xii

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I. PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 9

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 10

A. Landasan Teori 10
B. Penelitian Sebelumnya 28
C. Kerangka Pemikiran 29
D. Hipotsis 30

BAB III. METODE PENELITIAN 31

A. Jenis Penelitian 31
B. Lokasi Penelitian 32

C. Operasional Variabel 33
D. Populasi dan Sampel 34
E. Data yang Diperlukan 36
F. Metode Pengumpulan Data 37
G. Analisis dan Teknik Analisis 38

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46

A. Hasil Penelitian 46
B. Pembahasan Hasil Penelitian 77

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN 73

A. Simpulan 87
B. Saran 87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pendapat Mahasiswa Tentang Smartphone Oppo 6

Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian 33

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 47

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 48

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 49

Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Mengetahui Produk Smartphone Oppo 49

Tabel IV.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... 50

Tabel IV.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk 54

Tabel IV.7 Jawaban Responden Tehadap Variabel Harga 57

Tabel IV.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra merek..... 61

Tabel IV.9 Uji Validitas..... 65

Tabel IV.10 Uji Reabilitas 66

Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... 67

Tabel IV.12 Hasil Uji F (ANOVA) 71

Tabel IV.13 Hasil Uji t (Coefficientsa)..... 74

Tabel IV.14 Hasil Uji Determinasi 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Prilaku Konsumen 11

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran 30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1	Jadwal Penelitian
Lampiran2	Daftar Kuesioner
Lampiran3	Hasil Uji Instrumen
Lampiran4	Karakteristik Responden
Lampiran5	Jawaban Responden
Lampiran6	Tabel Distribusi T
Lampiran7	Tabel Distribusi F
Lampiran8	Bimbingan Skripsi
Lampiran9	Surat Selesai Riset
Lampiran10	Seterpikat
Lampiran11	Biodata Penulis

ABSTRAK

Irfan Yuda/21 2000 000/2021 **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah palembang.tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah palembang. penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuestioner. metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda, uji f, uji t, dan uji determinasi.

Hasil analisis dengan regresi linear berganda yang peneliti lakukan pada variabel kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan persamaan $y = 0{,}262 + 0{,}251\ x_1 + 0{,}437\ x_2 + 0{,}256\ x_3$. hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan nilai f_{hitung} 39,676 > f_{tabel} 2,145. dan hasil koefisien determinasi dari penelitian ini adalah $r^2 = 0{,}550$ (55%), artinya variabel kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. sedangkan 45% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian.

Abstract

Irfan Yuda/212016122/2021/The Effecrts of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions of Oppo Smartphones for Students of Economics and Business Faculty, Universitas Muhammadiyah Palembang.

The formulation of the problem in this research was there any effects of product quality, price, and brand image on purchasing decisions of Oppo smartphones for students of Economics and Business faculty, Universitas Muhammadiyah Palembang. The aimed of the study was to knowthe effects of product quality, price, and brand image on purchasing decisions of Oppo smartphones for students of Economics and Business faculty, Universitas Muhammadiyah Palembang. This research included the type of associative research. the data in this study was primary data. data collection techniques used in the form of a questionnaire. The analytical method was qualitative and quantitative methods with multiple linear regression analysis tools, f test, t test, and determination test. The results of the analysis used multiple linear regression that the researchers did on the variables of product quality, price, and brand image on purchasing decisions with the equation y = 0.262 + 0.251 x□ + 0.437 x□ + 0.256 x3. The results also showed that simultaneously product quality, price, and brand image on purchasing decisions with a value of fcount 39.676 > fiable 2.145. The result of the coefficient of determination from this study was r2 = 0.550 (55%), it meant that the variables of product quality, price, and brand image on purchasing decisions had an purchasing decisions. while 45% was by other factors outside the study.

keywords: product quality, price, brand image, and purchasing decisions.

No. 110 August 9, 2021

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan dunia modern saat ini pembangunan teknologi informasi semakin pesat, hal ini berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin tingginya persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti *smartphone* yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk yang sebelumnya, dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan serta memberikan kelengkapan fitur bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi.

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, karena kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management)* sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (kotler dan keller, 2009: 5)

Berkembangnya media komunikasi dan media sosial membuat konsumen menjadi lebih peka terhadap apa yang mereka inginkan karena para konsumen dapat melihat dari konsumen lain dan mendapatkan informasi mengenai suatu produk tertentu. Karena konsumen menjadi semangkin kritis terhadap apa yang mereka inginkan perusahaan harus memiliki keunggulan untuk dapat terus bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang bergerak dalam memproduksi barang yang sejenis dan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk kategori barang tersebut.

Keputusan Pembelian Konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua prilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013 : 121). Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Dengan perkataan lain, apakah seseorang merasa terlibat atau tidak terhadap suatu produk ditentukan apakah dia merasa penting atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa.

Keputusan konsumen didasari atas beberapa hal, seperti kualitas produk, harga, dan citra merek.Menurut Aaker dalam simamora (2004) dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:327).

Kualitas Produk merupakan kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (

Kotlerdan Keller, 2012 : 121). Jika perusahaan ingin berkembang apalagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas.Ini menunjukan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan, produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, cepat, ketahanan, memiliki karakteristik yang berbeda serta memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya (Kotler dan Keller, 2009 : 67). Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika konsumen menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada dibawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut.

Citra Merek merupakan seperangkat asosiasi unit untuk yang ingin diciptakan atau diplihara oleh pemasar.Asosiasi-asosiasi itu menyatakan

apa sesungguhnya merk dan apa yang dijanjikan kepada konsumen". Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Jauh ke dalam ranah persaingan perusahaan *smartphone* sekarang ini terdapat beberapa merek perusahaan *smartphone* yang sangai menonjol dalam persaingannya memperebutkan konsumen terutama di Indonesia, merek perusahaan itu diantaranya adalah : Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, Huawei dan lain-lain. Salah satu perusahan yang memimpin pasar dengan *smartphonen* nya adalah Oppo.

FakultasEkonomi dan Bisnis merupakan salah satu Fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Palembang yang memiliki mahasiswa yang banyak. Hampir seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang mengunakan *smartphone*, apalagi pada kondisi pandemi covid-19 ini yang kegiatan perkuliahan dilakukan via daring (*online*) yang mana *smartphone* sangat dibutuhkan untuk mempermudah kegiatan perkuliahan seperti mengirim *e-mail*, mengerjakan tugas, berkirim pesan suara/gambar, membuka sosial

media,dan sebagai sarana belajar.Salah satu produk smartphone yang banyak digunakan yaitu *smartphone* merek Oppo.

Keunggulan *smartphone* Oppo tidak lepas dari pada ketertarikan terhadap produknya sehingga memutuskan untuk memilih produk *smartphone* Oppo tersebut.Terdapat banyak type produk *smartphone* Oppo, sehingga konsumen bisa membeli jenis type *smartphone* Oppo sesuka hati, karena banyak tersedia pilihan modelnya.

Perusahaan *smartphone* Oppo juga memiliki citra yang kuat dan positif, karena nama Oppo ini sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan nama yang lama dikenal, sudah dipastikan membuat orang percaya pada merek Oppo. Ketika Oppo mengeluarkan *smartphone* baru, orang tidak akan ragu lagi untuk membeli *smartphone* Oppo karena Oppo memiliki branding yang kuat sebagai produsen *smartphone* terkemuka.

Dengan ini dilakukan riset awal kepada 30 responden yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.Dipilihnya lokasi penelitian ini karena di lingkungan kampus banyak di jumpai mahasiswa yang mengunakan *smartphone* Oppo.

Table I.1

Pendapat Mahasiawa Terhadap *Smartphone* Oppo

No	Indikator	Setuju	Tidak tetuju
1	***S**martphone* Oppo memiliki citra perusahaan yang baik	25	5
2	Merek *smartphone* Oppo mudah di ingat	30	0
3	Harga *smartphone* Oppo sangat terjangkau	10	20
4	Harga *smartphone* Oppo sesuai dengan kualitas	16	14
5	Kesesuaian harga dengan manfaat *smartphone* Oppo	16	14
6	Kinerja/sistem *smartphone* Oppo berkualitas tinggi	9	21
7	Daya tahan baterai *smartphone* Oppo awet	16	14
8	*Smartphone* Oppo memiliki fitur-fitur yang lengkap	26	4
9	Design smartphone Oppo yang menarik	10	20

Sumber : Hasil Pra Riset di FEB.UMP, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat mahasiswa yang mengunakan produk *smartphone* Oppo ini setuju dengan citra merek yang dimiliki *smartphone* Oppo, karena perusahaan smartphone Oppo memiliki citra perusahaan yang baik.Perusahaan yang memiliki citra yang baik inilah yang menjadi alasan konsumen memutuskan untuk membeli *smartphone* Oppo dan merek

*Smartphone*Oppo juga sudah dikenal oleh masyarakat sehingga merek *smartphone* Oppo mudah di ingat di benak konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh *smartphon*e Oppo tidak terjangkau jika dibandingkan dengan smartphone pesaingnya, karena harga yang ditawarkan *smartphone* Oppo sesuai dengan spesifikasi yang diberikan, semakin tinggi spesifikasi *smartphone* Oppo tersebut semangkin tinggi juga harga yang ditawarkan. Spesifikasi yang dimaksud disini yaitu resolusi kamera, kapasitar baterai, kapasitas penyimpanan data internal, RAM (*Random Access Memory*), fitur smartphone Oppo dan lain-lain.

Kualitas produk *smartphone* Oppo juga cukup bagus dengan design yang menarik, batre yang awet dan kinerja/system *smartphone* Oppo juga berkualitas tinggi. Sehingga para mahasiswa mengatakan bahwa *smartphone* Oppo sangat membantu dalam berkomunikasi terutama komunikasi melalui media sosial, karena *smartphone* Oppo dapat memuat banyak aplikasi-aplikasi media sosial.

Berdasarkan pembahasan diatas maka penulis ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
b. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
c. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
d. Adakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

a. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

b. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
c. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
d. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Kegiatan penelitian ini dapat memperdalam dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh penulis selama di bangku perkuliahan di bidang keputusan pembelian.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi perpustakaan Universitas Muhammadiya Palembang sebagai wahana menggali ilmu pengetahuan,khususnya mengenai keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Kurnia (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: Program Studi Ekonomi, Universitas Diponegoro

Alma, Buchari (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Amrullah, Artika Romal (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Surabaya: Program Studi Ekonomi, STIESIA Surabaya

Ervita Safitri, Kholilah. (2015). *Statistik 2*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang

Gtyas, Tabhita Ratna Prasastinin (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Surabaya: Program Studi Ekonomi, STIESIA Surabaya

Hasan, Iqbal. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif).* Jakarta: Bumi Aksara

Kotler, Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12.Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler (2009). *Manajemen Pemasaran* 1. Edisi ketiga belas. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta

Leon Schiffman & Leslie Lazar kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen.* Jakarta : PT Indeks

Muanas, Ahmad (2014). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Surabaya: Program Studi Ekonomi, STIESIA Surabaya

Nugroo. J. Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen :Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan. Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup

Siregar, Sofyan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar

Soewito, Yudhi (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Terhadap Keputsan Pembelian Sepeda Motor Mio.* Skripsi Tidak Diterbitkan. Manado: Program Studi Ekonomi, Universitas Sam Ratulangi Manado

Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta

Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Adminitrasi*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV

Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi