



**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone*  
(Studi pada Pengguna OPPO *Smartphone* di Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**OLEH**

**Nama : Avi Lenita Capriati  
Nim : 14020213130089**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2020**



### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Avi Lenita Capriati
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020213130089
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Desember 1994
4. Departemen / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Pisangan lama 3 RT 5 RW 3 No.16

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :  
Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone*  
(Studi Pada Pengguna OPPO di Semarang)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 23 Desember 2020

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan,

Drs. Handoyo Djoko W., M.Si.  
NIP. 195801171987101001

Avi Lenita Capriati  
14020213130089

Ketua Program Studi

Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197603302003122001

\*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone* (Studi pada Pengguna *OPPO* di Semarang)

Nama Penyusun : Avi Lenita Capriati

NIM : 14020213130089

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 7 Desember 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

NIP. 19660727.199203.1.001

Wakil Dekan I



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19610510.198902.1.002

### Dosen Pembimbing

1. Drs. Handoyo Djoko W., M.Si

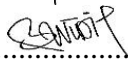
(..........)

### Dosen Penguji

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

(..........)

2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB

(..........)

3. Drs. Handoyo Djoko W., M.Si

(..........)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَلَسَوْفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ

“Dan sungguh, kelak tuhanmu pasti memberikan karuniaNya kepadamu, sehingga engkau menjadi puas”. *Q.S Ad-Duha: 5*

لَا يَكْفُفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”. *Q.S Al-Baqarah: 286*

**Skripsi ini penulis persembahkan kepada:**

- Untuk kedua orang tuaku yang tercinta, Papa dan Mama, yang selalu menyayangi dengan sepenuh hati, mendoakan , dan memberikan semangat dan bimbingan selama ini.
- Untuk kedua adikku Kia dan Qintan yang selalu mendukungku dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Untuk sahabatku Afifa dan Rahma yang selalu menemani dalam sedih.
- Teman- teman seperjuangan Administrasi Bisnis FISIP UNDIP 2013.
- Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu , terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian OPPO *Smartphone* (Studi pada Pengguna OPPO *Smartphone*  
di Semarang)**

**ABSTRAK**

Kebutuhan akan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat tanpa terkecuali. Untuk mendukung mobilitas manusia saat ini yang tinggi maka diperlukan sarana telekomunikasi yang mendukung aktivitas bekerja dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut didukung dengan keinginan masyarakat untuk memiliki alat telekomunikasi yang memadai dan mendukung dalam segala lini. Strategi yang dapat dilakukan berupa kualitas produk, harga, dan promosi sehingga dapat mendorong meningkatnya keputusan pembelian OPPO *Smartphone*.

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna dan pernah menggunakan OPPO *Smartphone*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan menggunakan bantuan program SPSS, dimana sebelumnya menggunakan uji validitas, uji realibilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F). Skala pengukuran menggunakan skala Likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji koefisien korelasi berganda sebesar 0,780. Secara signifikan, variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu sebesar  $49,77 > 2,70$ .

Saran yang dapat diberikan yaitu OPPO *Smartphone* sebaiknya dapat terus memberikan kualitas atau mutu yang lebih baik ke depannya, meningkatkan daya tarik konsumen dalam menggunakan OPPO *Smartphone*, dan meningkatkan kesan bahwa OPPO *Smartphone* layak untuk digunakan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, dan OPPO *Smartphone*.

**The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase  
Decision of OPPO Smartphone  
(Study on OPPO Users in Semarang)**

**ABSTRACT**

The need for communication is a very important thing for every community without exception. To support high human mobility at present, telecommunication facilities are needed that support the activities of working in daily life. This is supported by the desire of the community to have adequate and supportive telecommunications equipment in all lines. Strategies that can be carried out in the form of product quality, price, and promotion so as to encourage increased decision to purchase OPPO Smartphones.

The type of research used is explanatory research. The sampling technique uses non-probability sampling method, the sample used in this study users who use and have used OPPO Smartphone. Respondents in this study amounted to 100 respondents. The collection uses SPSS program assistance, which previously used validity test, reliability test, cross tabulation, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression analysis, significance test (t test and F test). Measurement scale using Likert scale.

The results showed that all variables in this study had a positive and significant influence on the dependent variable. This is indicated by the results of the multiple correlation coefficient test of 0.780. Significantly, lifestyle variables, brand image, and word of mouth have a positive effect indicated by the calculated F value greater than F table that is equal to  $49.77 > 2.70$ .

The advice that can be given is that OPPO Smartphones should be able to continue to provide better quality or quality in the future, increasing the attractiveness of consumers in using OPPO Smartphones, and increasing the impression that OPPO Smartphones are suitable for use.

**Keywords:** Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision, and OPPO Smartphone

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* (Studi Kasus pada Pengguna OPPO *Smartphone* di Semarang)”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Ibu Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. Handoyo Djoko W.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Dr. Widiartanto,S.Sos.,M.AB selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini,

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Jurusan Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dengan demikian, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Namun demikian adanya, semoga hasil dari skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, Desember 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Kegunaan Penelitian .....	10
1.5. Kerangka Teori .....	11
1.5.1. Perilaku Konsumen .....	11
1.5.2. Keputusan Pembelian.....	12
1.5.2.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	14
1.5.2.2 Aspek-Aspek Keputusan Membeli .....	18
1.5.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli.....	20
1.5.3. Kualitas Produk.....	22
1.5.3.1 Dimensi Kualitas Produk .....	24
1.5.3.2 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	26
1.5.4. Harga.....	30
1.5.4.1 Penetapan Harga .....	33
1.5.4.2 Tujuan Penetapan Harga .....	34
1.5.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	35
1.5.5. Promosi .....	38
1.5.5.1 Bauran Promosi.....	39
1.5.5.2 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	40
1.6 Hubungan Antar Variabel .....	42
1.6.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	42

1.6.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	44
1.6.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	44
1.6.4 Hubungan Kualitas Produk, Harga dan Promosi dgn Keputusan Pembelian .	45
1.7 Penelitian Terdahulu .....	45
1.8 Hipotesis .....	47
1.9 Definisi Konsep .....	48
1.10 Definisi Operasional .....	49
1.11 Metode Penelitian .....	50
1.11.1 Tipe Penelitian .....	50
1.11.2 Populasi dan Sampel .....	51
1.11.3 Jenis Data .....	52
1.11.4 Metode Pengumpulan Data .....	52
1.11.5 Skala Pengukuran.....	53
1.11.6 Pengolahan Data .....	54
1.11.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	55
1.11.8 Metode Analisis Data.....	57
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OPPO SMARTPHONE DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN.....</b>	<b>65</b>
2.1 Sejarah Singkat OPPO <i>Smartphone</i> .....	65
2.1.2 Logo Perusahaan .....	67
2.1.3 Visi dan Misi OPPO Smartphone .....	67
2.1.4 Struktur Organisasi .....	68
2.1.5 Deskripsi Pekerjaan ( <i>Job Description</i> ) .....	72
2.2 Semarang.....	73
2.2.1 Sejarah Singkat Semarang .....	73
2.3 Identifikasi Responden.....	75
2.3.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
2.3.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	76
2.3.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	77
2.3.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	78
<b>BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE (STUDI PADA PENGGUNA OPPO DI SEMARANG).....</b>	<b>80</b>
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80

3.1.1 Uji Validitas .....	80
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	84
3.2 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	86
3.2.1 Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	86
3.2.1.1 Kemudahan dalam Menggunakan <i>OPPO Smartphone</i> .....	86
3.2.1.2 Spesifikasi produk <i>OPPO Smartphone</i> yang Baik .....	87
3.2.1.3 Daya Tahan/Usia Produk <i>OPPO Smartphone</i> yang lama .....	88
3.2.1.4 Tampilan Desain <i>OPPO Smartphone</i> yang Bervariatif.....	89
3.2.1.5 <i>OPPO Smartphone</i> Memiliki Fungsi Produk Sesuai Kebutuhan .....	90
3.2.1.6 Sistem Operasi <i>OPPO Smartphone</i> yang Menarik.....	91
3.2.1.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	92
3.2.1.8 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	93
3.2.1 Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	95
3.2.2.1 Harga <i>OPPO Smartphone</i> Cukup Terjangkau.....	96
3.2.2.2 Harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan .....	96
3.2.2.3 Membandingkan Harga <i>OPPO Smartphone</i> dengan Produk Lain .....	97
3.2.2.4 Harga produk <i>OPPO Smartphone</i> yang bervariasi.....	98
3.2.2.5 Harga yang Dapat Bersaing dengan Produk Lain .....	99
3.2.2.6 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel Harga .....	99
3.2.2.7 Kategorisasi Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	101
3.2.1 Variabel Promosi ( $X_3$ ).....	103
3.2.3.1 Tampilan Iklan di TV yang Menarik dan Mudah Diingat .....	104
3.2.3.2 Banyaknya Orang yang Menawarkan Produk <i>OPPO Smartphone</i> .....	104
3.2.3.3 Informasi yang Diberikan Menarik, Jelas, dan Sesuai Kenyataan.....	105
3.2.3.4 Penggunaan Artis dan Selebgram pada Iklan Produk <i>OPPO Smartphone</i> ..	106
3.2.3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi .....	107
3.2.3.6 Kategorisasi Variabel Promosi ( $X_3$ ).....	108
3.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	110
3.2.4.1 Tingkat Keinginan Membeli <i>OPPO Smartphone</i> .....	110
3.2.4.2 Pencarian Informasi .....	111
3.2.4.3 Kesesuaian <i>Smartphone</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan.....	112
3.2.4.4 Keperluan Memilih Alternatif <i>Smartphone</i> Lain .....	113

3.2.4.5 Kesiediaan Untuk Merekomendasikan Produk yang telah Dibeli.....	113
3.2.4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	114
3.2.4.7 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	116
3.3 Uji Statistik .....	118
3.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	118
3.3.1.1 Tabulasi Silang antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y).....	118
3.3.1.2 Koefisien Korelasi Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	120
3.3.1.3 Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	120
3.3.1.4 Koefisien Determinasi Kualitas Produk( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	122
3.3.1.5 Uji t Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	123
3.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	125
3.3.2.1 Tabulasi Silang antara Harga ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	125
3.3.2.2 Koefisien Korelasi Harga( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	126
3.3.2.3 Regresi Linear Sederhana Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	127
3.3.2.4 Koefisien Determinasi Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	128
3.3.2.5 Uji t Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	129
3.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	131
3.3.3.1 Tabulasi Silang antara Promosi ( $X_3$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y)....	131
3.3.3.2 Koefisien Korelasi Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	132
3.3.3.3 Regresi Linear Sederhana Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	133
3.3.3.4 Koefisien Determinasi Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian..... (Y).....	134
3.3.3.5 Uji t Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	135
3.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	137
3.3.4.1 Koefisien Korelasi Berganda Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	137
3.3.4.2 Regresi Linear Berganda Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	138

3.3.4.3 Koefisien Determinasi Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	140
3.3.4.4 Uji F Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	141
3.4 Pembahasan.....	143
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>145</b>
4.1 Kesimpulan .....	145
4.2 Saran .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>154</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Market Share OPPO <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	4
Tabel 1. 2 Data Pengguna OPPO <i>Smartphone</i> di Kota Semarang .....	5
Tabel 1. 3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	58
Tabel 2. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 2. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 2. 3 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
Tabel 2. 4 Presentase Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan .....	78
Tabel 3. 1 Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	81
Tabel 3. 2 Uji Validitas Harga (X2).....	82
Tabel 3. 3 Uji Validitas Promosi (X3) .....	83
Tabel 3. 4 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	84
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner .....	85
Tabel 3. 6 Kemudahan Menggunakan OPPO <i>Smartphone</i> .....	87
Tabel 3. 7 Spesifikasi Produk OPPO <i>Smartphone</i> yang Baik .....	88
Tabel 3. 8 Daya Tahan/Usia Produk OPPO <i>Smartphone</i> yang lama.....	89
Tabel 3. 9 Tampilan Desain OPPO <i>Smartphone</i> yang Bervariatif .....	89
Tabel 3. 10 OPPO <i>Smartphone</i> Memiliki Fungsi Produk Sesuai Kebutuhan.....	90
Tabel 3. 11 Sistem Operasi OPPO <i>Smartphone</i> yang Menarik.....	91
Tabel 3. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk .....	92
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk .....	94
Tabel 3. 14 Harga OPPO <i>Smartphone</i> yang Cukup Terjangkau.....	96
Tabel 3. 15 Harga yang Dibayarkan Sesuai dengan Manfaat yang Dirasakan.....	97
Tabel 3. 16 Membandingkan Harga OPPO <i>Smartphone</i> dengan Produk Lain .....	97
Tabel 3. 17 Harga Produk OPPO <i>Smartphone</i> yang Bervariasi.....	98
Tabel 3. 18 Harga yang Dapat Bersaing dengan Produk Lain .....	99
Tabel 3. 19 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	100
Tabel 3. 20 Kategorisasi Variabel Harga.....	102
Tabel 3. 21 Tampilan Iklan di TV yang Menarik dan Mudah Diingat.....	104
Tabel 3. 22 Banyaknya Orang yang Menawarkan Produk OPPO <i>Smartphone</i> .....	105
Tabel 3. 23 Informasi yang Diberikan Menarik, Jelas dan Sesuai Kenyataan .....	105
Tabel 3. 24 Penggunaan Artis dan Selebgram pada Iklan Produk OPPO <i>Smartphone</i> .....	106
Tabel 3. 25 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi .....	107
Tabel 3. 26 Kategorisasi Variabel Promosi .....	110
Tabel 3. 27 Tingkat Keinginan Membeli OPPO <i>Smartphone</i> .....	111
Tabel 3. 28 Pencarian Informasi.....	111

Tabel 3. 29 Kesesuaian <i>Smartphone</i> dalam Memenuhi Kebutuhan .....	112
Tabel 3. 30 Keperluan Memilih Alternatif <i>Smartphone</i> Lain .....	113
Tabel 3. 31 Kesiediaan Merekomendasikan Produk yang Telah Dibeli .....	114
Tabel 3. 32 Rekapitulasi Jawaban Respoden Mengenai Keputusan Pembelian .....	115
Tabel 3. 33 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	117
Tabel 3. 34 Tabulasi Silang antara Kualitas Produk(X1) degan Keputusan Pembelian (Y).....	119
Tabel 3. 35 Koefisien oreasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	120
Tabel 3. 36 Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	121
Tabel 3. 37 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	122
Tabel 3. 38 Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	123
Tabel 3. 39 Tabulasi Silang antara Harga(X2) dengan Keputusan Pembelian(Y) .	125
Tabel 3. 40 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	126
Tabel 3. 41 Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Keputusan Pembelian ....	127
Tabel 3. 42 Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
Tabel 3. 43 Uji t Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	129
Tabel 3. 44 Tabulasi Silang antara Promosi(X3) dengan Keputusan Pembelian(Y) .....	131
Tabel 3. 45 Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 3. 46 Regresi Linear Sederhana Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.	133
Tabel 3. 47 Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	134
Tabel 3. 48 Uji t Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	135
Tabel 3. 49 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	138
Tabel 3. 50 Regresi Linear Berganda Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	139
Tabel 3. 51 Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 3. 52 Uji F Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	141

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	15
Gambar 1. 3 Kurva Uji t (Uji 2 pihak( <i>two tail test</i> )) .....	61
Gambar 1. 4 Kurva Uji F .....	64
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan .....	67
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi OPPO Semarang .....	71
Gambar 3. 1 Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	124
Gambar 3. 2 Uji t Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	130
Gambar 3. 3 Uji t Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	137
Gambar 3. 4 Uji F Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	142