

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN *HANDPHONE* OPPO PADA MAHASISWA
UMSURABAYA**

SKRIPSI



**Oleh:
INTAN PUTRI EFFENDI**

NIM: 20151221010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN *HANDPHONE* OPPO PADA MAHASISWA
UMSURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

OLEH:

INTAN PUTRI EFFENDI

NIM : 20131221010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2019

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Intan Putri Effendi

NIM : 20151221010

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 05 Juli 2019
Yang Membuat Pernyataan



(Intan Putri Effendi)

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI
PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *HANDPHONE* OPPO PADA
MAHASISWA UMSURABYA

Oleh:

INTAN PUTRI EFFENDI

NIM: 20151221010

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 13 Juli 2019

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II

Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Anita Roosmawarni, SE., M.SE

Mengetahui,

Kaprodik Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

**Judul : PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *HANDPHONE* OPPO PADA
MAHASISWA UMSURABAYA**

Nama : Intan Putri Effendi

NIM : 20151221010

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Rabu, 17 Juli 2019

Pukul : 11.00-12.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :


Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

Anggota


Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Anggota


Anita Roosmawarni, SE., M.SE

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dra. Anna Marina, M.Si., Ak., CA.

Kaprodi Manejemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

MOTTO

SEDERHANANYA....

**“Jalanilah Kehidupan Sesuai Kemampuan, Jangan Melakukan
Diluar Kapasitas Diri ”**

(Ipe, 7 Juli 2019)

ABSTRAK

20151221010. Effendi, Intan Putri. 2019. Pengaruh Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen *Handphone* OPPO Pada Mahasiswa UMSurabaya. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Pembimbing : (I) Dr. Didin Fatihudin, SE.,M.Si. (II) Anita Roosmawarni, SE.,M.SE.

Minat beli merupakan salah satu faktor yang berada dalam proses perilaku konsumen sampai akhirnya melakukan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya jl. Sutorejo no. 59, Surabaya sebesar 110 mahasiswa. Sampel penelitian ini adalah 86 mahasiswa, menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan daftar pernyataan yang pengukurannya menggunakan skala *likert*. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat tiga uji yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda dan menguji hipotesis. Hasil membuktikan bahwa produk dan harga secara silmutan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *handphone* OPPO pada mahasiswa UMSurabaya, sedangkan daya tarik iklan berpengaruh signifikan tetapi tidak positif terhadap minat beli konsumen *handphone* OPPO pada mahasiswa UMSurabaya.

Kata kunci : Pengaruh Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

201512101010. Effendi, Intan Putri. 2019. The Effect of Products, Prices, and Attractiveness of Advertisements on the Consumer Interest in Buying OPPO Mobile phone of Students at UM Surabaya. Management Study Program. Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Surabaya. Advisor: (I) Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Sc. (II) Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

The interest in buying is one of factors in process of consumer behaviour until finally they make a decision to buy. The population in this study is 110 students of Muhammadiyah University of Surabaya at Sutorejo Street no. 59 Surabaya. The sample of this study is 86 students selected by using the Slovin formula. Data collection is done by using questionnaire and list of statements whose measurements use a Likert scale. The data are processed by using validity test, reliability test, classic assumption test in which there are three tests, including normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results prove that products and prices simultaneously have a positive effect on consumer buying interest in OPPO mobile phones of students at UM Surabaya. While, the attractiveness of advertising has a significant but not positive effect on consumers' buying interest in OPPO mobile phones of students at UM Surabaya.

Keywords: Effect of Products, Prices, and Attractiveness of Advertising, Consumer Buying Interest.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Azza Wa Jalla tuhan semesta alam dan dzat yang kita bersaksi tiada sesuatu apapun yang pantas disembah kecuali Allah. Atas rahmat serta petunjuk dari Allah pula peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Manat Beli Konsumen *Handphone* OPPO Pada Mahasiswa UMSurabaya”. Dan tak lupa sholawat serta salam yang patut kiranya kita curahkan pada manusia terbaik dan merupakan suri tauladan kita semua yaitu nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam.

Tujuan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Adapun terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah membantu baik secara moral maupun materi.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Ahmad Effendi dan Ibunda yang kusayangi Sumarlik yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil serta kakak saya Yunita Puspita Sari. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, hidayah dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan ucapan terima kasih kepada

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.

2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE, M.SE selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Didin Fatihudin SE., M.Si selaku dosen pembimbing I, Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku dosen pembimbing II, serta bapak Dr.Mohammad Anang Firmasyah,MM selaku penguji.
5. Seluruh staf dosen dan karyawan Universitas Muhamadiyah Surabaya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu awal hingga akhir perjuangan dalam menulis penelitian ini (Ilunk, Henis, Odie, Anna, Ilham, Ivan, Sita, Azmi, Fahri).
7. Teman-teman program studi Manajemen angkatan 2015 khususnya konsentrasi Manajemen Pemasaran.
8. Saudara-saudara saya di ORMAWA di FEB (HMJM, BEM, DPM) yang selama beberapa tahun ini bersama-sama berproses sebagai satu keluarga besar.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Aamiin

Surabaya, 5 Juli 2019

penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO.....	i
ABTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Produk.....	15
3. Harga.....	20
4. Daya Tarik Iklan.....	27
5. Minat Beli Konsumen.....	33
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Konseptual.....	42
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	44
B. Identifikasi Variabel.....	44
1. Variabel Bebas.....	44
2. Variabel Terikat.....	44
C. Definisi Operasional.....	45
1. Produk (X1).....	45
2. Harga (X2).....	45
3. Daya Tarik Iklan (X3).....	45
4. Minat Beli Konsumen (Y).....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Data Primer.....	46
2. Data Sekunder.....	47
E. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
F. Teknik Pengolahan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data.....	50

1. Uji Intrumen.....	50
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4. Koefisien Determinasi Secara Simultan (Uji R^2).....	54
5. Uji Hipotesis.....	55
1. Uji F (Uji Silmutan).....	55
2. Uji t (Uji Parsial).....	56
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian.....	58
1. Sejarah Singkat Perusahaan <i>Handphone</i> OPPO.....	58
2. Visi-Misi Perusahaan <i>Handphone</i> OPPO.....	59
3. Tujuan Perusahaan <i>handphone</i> OPPO.....	60
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
1. Deskripsi Responden.....	60
2. Deskripsi Variabel Bebas dan Terikat.....	73
3. Uji Intrumen Penelitian.....	79
a. Uji Validitas.....	79
b. Uji Realibilitas.....	80
4. Analisis Data.....	81
a. Uji Asumsi Klasik.....	81
b. Uji Regresi Linear Berganda.....	84
c. Uji R dan Uji R^2	86
d. Uji Hepotesis.....	86
e. Variabel Yang Paling Dominan.....	88
C. Pembahasan.....	89
1. Pengaruh Simultan Antara (X1), (X2), dan (X3).....	89
2. Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan.....	90
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	92
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1	Hasil penyebaran kuesioner.....	59
Tabel 4.2	Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	60
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	61
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal..	62
Tabel 4.6	karakteristik responden berdasarkan uang saku.....	63
Tabel 4.7	Karakteristik responden berdasarkan rata-rata pembelian Pulsa.....	64
Tabel 4.8	Karakteristik responden berdasarkan angkatan.....	65
Tabel 4.9	Karakteristik responden berdasarkan fakultas/prodi...	65
Tabel 4.10	Karakteristik responden alokasi membeli handphone OPPO	68
Tabel 4.11	Karakteristik responden berdasarkan alasan menggunakan Handphone OPPO.....	69
Tabel 4.12	karakteristik Responden berdasarkan berapa kali memakai Handphone OPPO.....	70
Tabel 4.13	Karakteristik responden berdasarkan tipe handphone OPPO.....	71
Tabel 4.14	Distribusi frekuensi tanggapan responden variabel Produk (X1).....	72
Tabel 4.15	Distribusi frekuensi tanggapan responden berdasarkan Variabel harga (X2).....	73
Tabel 4.16	Distribusi frekuensi tanggapan responden variabel daya Tarik iklan (X3).....	74
Tabel 4.17	Distribusi frekuensi tanggapan responden variabel terikat Minat beli (Y).....	76
Tabel 4.18	Uji validasi.....	77
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.20	Uji Normalitas.....	80

Tabel 4.21	Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 4.22	Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.23	Uji Korelasi (R) dan Determinan (R^2).....	84
Tabel 4.24	Interval Koefisiensi Korelasi.....	85
Tabel 4.25	Hasil Analisis Uji F.....	86
Tabel 4.26	Hasil Analisis Uji t.....	87
Tabel 4.27	Nilai Korelasi Parsial.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Gambar Penjualan Handphone OPPO	8
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	43
Gambar 3.1	Daerah Penolakan	56
Gambar 4.1	Scatterplot	86

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita Chintya A. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Isoplus Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).(Skripsi)
- Amtrong, K. P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Annafik Fikkar, A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Yamaha (Study Kasus Ss Cabang Kudugmundu Senarang).
- Bachriansyah Amalina R (2011), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Presepsi Harga Terhadap Inat Beli Konsumen Pada Produk Onsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Dikota Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (Skripsi)
- Dewa Kusuma N. (2017), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Promosi, Dan Harga Terhadap Minat Beli (Kasus Starone Di Are Jakarta Pusat)*. Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta (Skripsi).
- Edo, R. (2017). *Buku Pedoman Penulisan Skripsiprogram Studi S1 Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Pamulgo*. Aeng Muhidin, M.Pd.
- Foster, B (2009). *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta.
- Fatihudin, D. (2019). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Fatihudin Dan Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program Imb SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Harman Maulana, P. (2018). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapai Era Moderen*. Alvabeta Cv.
- Kolter, P. D. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi VIII*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasara. Edisi Tiga Belas Bahas Indonesia Jilid Satu Dn 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kolter, P (2011). (Terjemah A.B. Susanto). (2011). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, K. L. (Manajemen Pemasaran Jilid 2). 2013. Jakarata: Erlangga.

Prayogo Et.All. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga,Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Di Kota Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang. (Skripsi)

Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner Dan Analisi Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sukmawati Rina. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayana Terhadap Kepuasan Gander Café Koperasi Mahasiwa Universitas Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Mahasiswa Universitas Yogyakarta.(Skripsi)

Supriyadi Et.All (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Imange Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Sepatu Merek Converse Di Fisip Unibersitas Merdeka Malang)*. Fisip Universitas Merdeka Malang. (Skripsi)

Swastha, B. (2013). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip Penerpan, Penelitian*. . Yogyakarta: Andi ISBN 9789792944174.

<http://Repository.Unpas.Ac.Id> Diakses Tanggal 5 Maret 2019.

<Http://Repository.Unpas.Ac.Id> Diakses Tanggal 5 Maret 2019.

<Http://Seluler.Id/2018/09/Idc-2q18-Oppo-Tidak-Ada-Penurunan-Penjualan>.

Diakses 4 Juli 2019

[Https://Visimisi95.Blokspot.Com/2018/07/Visi-Misi-Tujuan-Sejarah-Perusahaan-](Https://Visimisi95.Blokspot.Com/2018/07/Visi-Misi-Tujuan-Sejarah-Perusahaan-Oppo-Html)

<Oppo-Html>. Diakses 4 Juli 2019

<Http://Tentang-Oppo.Blogspot.Com/P/Sejarah.Html?M=1>. Diakses 4 Juli 2019

[Https://M.Cnnindonesia.Com/Teknologi/201602040848554-185-108768/Oppo-](Https://M.Cnnindonesia.Com/Teknologi/201602040848554-185-108768/Oppo-Ubah-Strategi-Fokus-Ke-Ponsel-Kamera)

<Ubah-Strategi-Fokus-Ke-Ponsel-Kamera> Diakses 8 Juli 2019

