

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung” ditulis oleh Rizky Intan Syafitri, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 17402153559, pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan teknologi di bidang alat komunikasi yang mengalami kemajuan sangat pesat. Setiap tahunnya pengguna *smartphone* semakin bertambah. Hal ini berdampak pada meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis alat komunikasi. Salah satu *smartphone* yang banyak diminati adalah *smartphone* OPPO. *Smartphone* OPPO menawarkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang berkelas sehingga mampu menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Dengan luasnya pangsa pasar tersebut, maka hasil penelitian yang di dapat akan lebih relevan dan variatif.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh (1) harga terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (2) promosi terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (3) citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (4) harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Penelitian kali ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi penelitian jumlah mahasiswa pengguna *smartphone* OPPO diperkirakan ada sekitar 7.300 mahasiswa, sedangkan sampel penelitian ditetapkan dengan menggunakan teori Roscoe yaitu sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan antara lain (1) Uji validitas dan realibilitas, (2) Uji asumsi klasik, (3) Uji regresi linear berganda, (4) Uji hipotesis, dan (5) Uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Kemudian pada hasil uji bersama-sama atau uji F ketiga variabel bebas, yakni harga, promosi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kata kunci : Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The thesis with the title “Influence of Price, Promotion and Brand Image to OPPO’s smartphone consumer purchasing decisions for Student of Tulungagung State Islamic Institute.” was written by Rizky Intan Syafitri, Departmen of Islamic Ecomics, NIM. 17402153559, Advisor; Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is motivated by the development of telecommunications technology which has progressed very rapidly. Every year smartphone users are increasing. This can be seen from the sale of one of the smartphones brand OPPO, which is up to now. Many people are interested in a product because it offers more benefits than it’s own products. OPPO smartphones come with luxurious product quality and a variety of promotions expected by loyal consumers.

The purpose of this study is to test the significance of the influence of (1) The price on the decision to purchasing OPPO’s smartphone product purchasing decisions for student of Tulungagung State Islamic Institute., (2) The promotion to OPPO’s smartphone purchasing decisions for student of Tulungagung State Islamic Institute., (3) The brand image to OPPO’s smartphone purchasing decisions for student of Tulungagung State Islamic Institute., (4) The price, promotion and brand image to OPPO’s smartphone purchasing decisions for student of Tulungagung State Islamic Institute.

The method used in this research is quantitative approach to the type of survey research. The data used are primary data and secondary data. The research population was taken from the number of OPPO smartphone users who were estimated to be around 7.300 students,while the study sample was determined using the Roscoe theory of 80 respondents. Data collection techniques used were observation and questionnaires. As for the data analysis techniques used, among others (1) the validity and realibility test, (2) the classic assumption test, (3) the multiple linear regression test, (4) the hypothesis test, and (5) the coefficient of determination test.

The result of this research showed that the pricing variable has a positive effect and significant to purchasing decisions OPPO’s Smartphone for student of Tulungagung State Islamic Institute.. The promotion variable has a positive effect and significant on purchasing decisions OPPO’s Smartphone for student of Tulungagung State Islamic Institute.. The brand image variable has a positive effect and significant on purchasing decisions OPPO’s smartphone for student of Tulungagung State Islamic Institute.. Then on the test result together on the three variables namely the price, promotion and brand image have a positive effect and significant on purchasing decisions OPPO’s smartphone for student of Tulungagung State Islamic Institute.

Keywords : Price, Promotion, Brand Image and Purchasing Decisions.