

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS  
NEGERI JAKARTA**

**Clara Pramesthi**

**8135163035**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND  
ADVERTISEMENT TOWARDS STUDENT'S PURCHASE  
DECISION OF OPPO SMARTPHONE IN THE FACULTY OF  
ECONOMICS, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

**Clara Pramesthi**

**8135163035**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

**BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

## ABSTRAK

**CLARA PRAMESTHI**, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $Y = 23,016 + 0,499 X_1 + 0,373 X_2 + 0,218 X_3$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,100,  $X_1$  bernilai sebesar 0,200,  $X_2$  bernilai sebesar 0,200 dan  $X_3$  bernilai sebesar 0,84. Karena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas  $X_1$ , Y atas  $X_2$  dan Y atas  $X_3$  menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 3,320$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ , Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 3,338$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$  dan Y atas  $X_3$   $t_{hitung} = 3,148$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,475, citra merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,485 dan nilai koefisien korelasi antara variabel iklan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,292. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara iklan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  yang diperoleh sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa 33,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh harga, citra merek dan iklan. Sementara itu, sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Harga, Citra Merek, Iklan



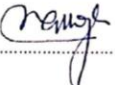
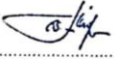


## ABSTRACT

**CLARA PRAMESTHI**, *The Effect of Price, Brand Image and Advertisement towards Student's Purchase Decision of Oppo Smartphone in the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

*The purpose of this study is to determine the correlation between price, brand image and advertisement with purchase decisions smartphone Oppo in the Faculty Economics, Universitas Negeri Jakarta. This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 6 months starting from January to June 2020. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 150 people. The resulting regression equation is  $Y = 23,016 + 0.499 X_1 + 0.373 X_2 + 0.218 X_3$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X1 with Kolmogorov-Smirnov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,100, X<sub>1</sub> equal to 0,200, X<sub>2</sub> equal to 0,200 and X<sub>3</sub> equal to 0,84. Because the significance level is > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Testing linearity of regression Y on X<sub>1</sub>, Y on X<sub>2</sub> and Y on X<sub>3</sub> yields a significance value on Linearity, that is  $0,000 < 0.05$ , so it is concluded that it has a linear relationship. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting Y on X<sub>1</sub>  $t_{hitung} = 3.320$  and  $t_{table} = 1.65536$ , Y on X<sub>2</sub>  $t_{hitung} = 3.338$  and  $t_{table} = 1.65536$  and Y on X<sub>3</sub>  $t_{hitung} = 3.148$  and  $t_{table} = 1.65536$ . The value of correlation coefficient between variable of price variable (X<sub>1</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.475, brand image (X<sub>2</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.485 and the value of the balance coefficient between the advertising variable (X<sub>3</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.292. So, there is a positive and significant relationship between price and purchasing decisions, as well as a positive and significant relationship between brand image and purchasing decisions and there is a positive and significant relationship between advertisement and purchasing decisions. Thus, it can conclude a positive and significant relationship between price, brand image and advertisement with purchasing decisions. The coefficient of determination Y on X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> and X<sub>3</sub> obtained by 0.333 indicating that 33.3% variable purchase decision is determined by the price, brand image and advertisement. Meanwhile, the remaining 66.7% is influenced by other factors.*

**Keyword:** *Purchase Decision, Price, Brand Image, Advertisement*

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<p>Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi</p>  <p><u>Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</u> NIP. 197207152001121001</p>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua)		16 Juni 2020
2	<u>Nadva Fadillah F, S.Pd, M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		24 Juni 2020
3	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		24 Juni 2020
4	<u>Drs. Nurdin Hidavat, M.M., M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		26 Juni 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		11 Juni 2020
<p>Nama : Clara Pramesthi No. Registrasi : 8135163035 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 24 Juli 2020</p>			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2020



Clara Pramesthi

NIM. 8135163035

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Clara Pramesthi  
NIM : 8135163035  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis  
Alamat email : clarapramesthi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan  
Pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa Fakultas  
Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

( Clara Pramesthi )  
nama dan tanda tangan

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“In life there is no limit to struggling”*

*”Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (QS. Al-Baqarah: 286)*

*“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lainnya)” (QS. Al-Insyirah: 6 – 7)*

*“Keridaan Allah tergantung kepada keridaan orang tua dan kemurkaan Allah tergantung kepada kemurkaan orang tua” (HR. Tirmidzi)*

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk Ibu, Bapak dan adik Saya yang selalu memberikan Doa,dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta saya, yaitu Ibu Kanastri Nila Wijaya dan Bapak Nurmungin, serta kakak saya Kinanti Ajeng Drastyana yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.

7. Zafar, Arya, Diana, Sonia, dan Prita yang telah memberikan semangat dan motivasi, serta membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 dan juga teman-teman sebimbingan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2020

Clara Pramesthi