

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE OPPO**

(STUDI KASUS DI KOTA BEKASI)

SKRIPSI

Oleh :

Rizky Ardianto

201810325421



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo (Studi Kasus Di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Rizky Ardianto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325421

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo (Studi Kasus Di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Rizky Ardianto

Nomer Pokok Mahasiswa : 201810325421

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

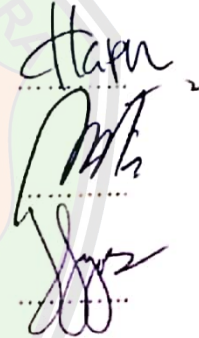
Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN 0329048302

Penguji I : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M.
NIDN 0314048302

Penguji II : Haryudi Anas, S.E., M.S.M.
NIDN 0317117801



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian *Handphone* Oppo ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Rizky Ardianto

201810325432

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini perkembangan media teknologi komunikasi di Indonesia saat ini semakin canggih. Salah satunya Handphone, Handphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek di dunia persaingan handphone yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka salah satunya handphone Oppo. Untuk mengetahui perilaku konsumen, harga serta promosi dalam memenuhi keinginan para konsumen dengan mengetahui perilaku dari konsumen, harga dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh perilaku konsumen, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui Google Form yang dibagikan 155 responden berdasarkan ketentuan sampel menggunakan purposive sampling. Penentuan sampel menggunakan Determination of the sample. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan linier berganda analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen, harga dan promosi secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian handphone Oppo.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In this era of globalization, the development of communication technology media in Indonesia is currently increasingly sophisticated. One of them is Mobile, Mobile is one technology that is developing rapidly from year to year. Many emerging brands in the competitive world of mobile phones are competing to create their superior products, one of which is Oppo mobile phones. To find out consumer behavior, prices and promotions in fulfilling consumer desires by knowing consumer behavior, prices and promotions. This study aims to examine the effect of consumer behavior, prices and promotions on purchasing decisions for Oppo mobile phones. The population in this study is unknown. The method used is a quantitative method with data obtained through Google Form distributed by 155 respondents based on the provisions of the sample using purposive sampling. Determination of the sample using the Determination of the sample. Hypothesis testing in this study using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variables of consumer behavior, price and promotion partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Oppo mobile phones.

Keyword: *Consumer Behavior, Price, Promotion And Buying Decision*

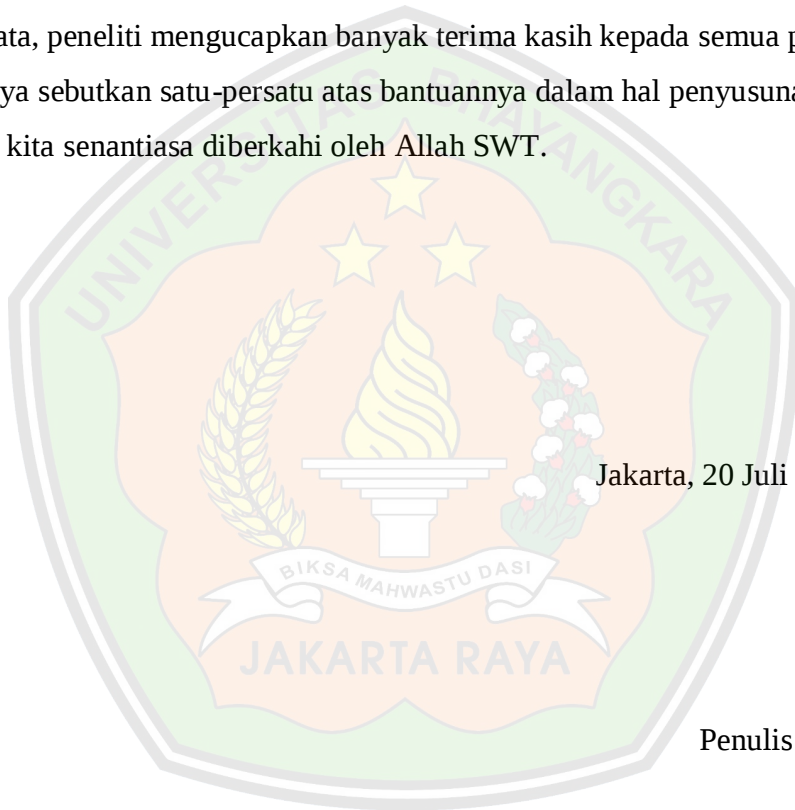
KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar sarjana ekonomi program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E.M., M.S.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP, ME, Selaku Dosen Perwakilan Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Haryudi Anas, S.E., M.S.M Selaku Dosen Pembimbing Yang Telah Memberikan Berbagai Ilmu, Bimbingan, Doa, Waktu dalam proses penulisan skripsi sehingga skripsi berjalan dengan lancar.
6. Kepada orang tua yang tercinta Bapak Munzirdianto dan Ibu Suarna dan adik perempuan saya Dian Amelia atas doa dan dukungan moril.
7. Teman-teman saya tercinta seperti anak-anak majelis, hula-hula yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

8. Terimakasih juga untuk Brinda Puji Prasasti yang selalu memberi dukungan dan juga yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan semangat yang tiada hentinya dalam terbangunnya skripsi ini.
9. Dan teman-teman Ekonomi Manajemen Angkatan 2018 yang berjuang dengan peneliti selama 4 tahun ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam pengumpulan data. Dan pihak-pihak yang terlibat baik langsung atau tidak langsung.
12. Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu atas bantuannya dalam hal penyusunan skripsi ini. Semoga kita senantiasa diberkahi oleh Allah SWT.



Jakarta, 20 Juli 2022

Penulis

Rizky Ardianto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.4 Harga	12
2.4.1 Pengertian Harga	12
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi	13
2.4.3 Indikator Harga	14
2.5 Promosi.....	14
2.5.1 Pengertian Promosi.....	14
2.5.2 Tujuan Promosi	15
2.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi	15

2.5.4 Indikator Promosi.....	16
2.6 Keputusan pembelian	17
2.6.1 Pengertian keputusan pembelian	17
2.6.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	17
2.6.3 Indikator keputusan pembelian	17
2.7 Penelitian Terdahulu	18
2.8 Kerangka Berpikir.....	25
2.9 Pengaruh Antar Variabel	26
2.9.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.9.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.9.4 Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.10 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.10.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.10.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.10.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.10.4 Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Tahapan penelitian.....	29
3.3 Model Konseptual Penelitian	30
3.4 Operasional Variabel	32
3.5 Waktu dan Tempat penelitian.....	34
3.5.1 Waktu penelitian	34
3.5.2 Tempat penelitian.....	34
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.6.1 Populasi	34
3.6.2 Sampel	34
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Jenis dan Sumber Data	35
3.7.2 Kuesioner.....	35
3.8 Metode Analisis Data.....	36

3.9 Uji Kualitas Data.....	36
3.9.1 Uji Validitas.....	36
3.9.2 Uji Reliabilitas	36
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.10.1 Uji Normalitas.....	36
3.10.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.11 Uji Hipotesis.....	37
3.11.1 Regresi Linear Berganda	37
3.11.2 Uji T (uji parsial).....	38
3.11.3 Uji F (Uji Simultan).....	38
3.11.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan ??????	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.1.3 Logo Brand dan Perusahaan.....	41
4.2 Hasil Kuesioner.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.3 Hasil Penelitian.....	44
4.3.1 Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Uji Normalitas.....	48
4.3.4 Uji Multikolinearitas	50
4.3.5 Uji Heterokedastisitas.....	51
4.3.6 Uji Regresi Linier Berganda	53
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi	55
4.3.8 Uji F.....	55
4.3.9 Uji T	56
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.4.1 Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.....	58
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	59

4.4.4 Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V	61
PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial	61
DAFTAR PUSTAKA	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Berdasarkan Pendapatan Saat ini.....	44
Tabel 4. 4 Berdasarkan Karakteristik Sampel Pengguna Handphone Oppo ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 6 Uji Realibilitas Variabel Perilaku Konsumen (X1).....	46
Tabel 4. 7 Uji Realibilitas Variabel Harga (X2).....	47
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas Variabel Promosi (X3)	47
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4. 15 Uji F.....	56
Tabel 4. 16 Uji T.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik data IDC	2
Gambar 1. 2 Faktor Pribadi Perilaku Konsumen	4
Gambar 1. 3 Top Smartphone 2021	5
Gambar 1. 4 Promosi Handphone Oppo	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Logo Brand dan Perusahaan.....	41
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4. 4 Diagram Berdasarkan Pendapatan Responden	44
Gambar 4. 5 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual	50
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Referensi Skripsi	68
Lampiran 2 Kuesioner Google Form	73
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data	78
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	100
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas	101
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 9 Hasil Hipotesis	103
Lampiran 10 Tabel T	105
Lampiran 11 Tabel F	107
Lampiran 12 Tabel R	109
Lampiran 13 Uji Plagiarisme	111
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	116

