

**PENGARUH EKUITAS MEREK, GAYA HIDUP DAN
KUALITAS PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK *OPPO* PADA
MAHASISWA DI UNIVERSITAS KATOLIK DARMA
CENDIKA**

SKRIPSI



Oleh:

AGNES SOFIA SONORA

15110053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2020

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Agnes Sofia Sonora

NPM : 15110053

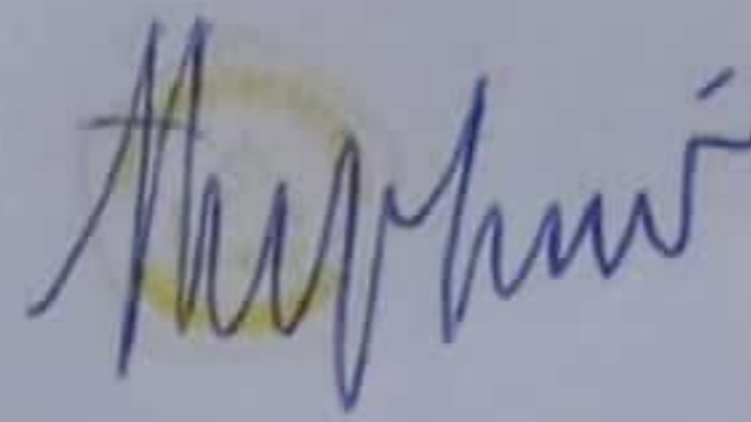
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO Pada Mahasiswa Di Universitas Katolik Darma Cendika.

Pembimbing

Tanggal2020



Thyophoida W.S.P, S.E, M.M

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal2020



Lilik Indrawati, S.E, M.M

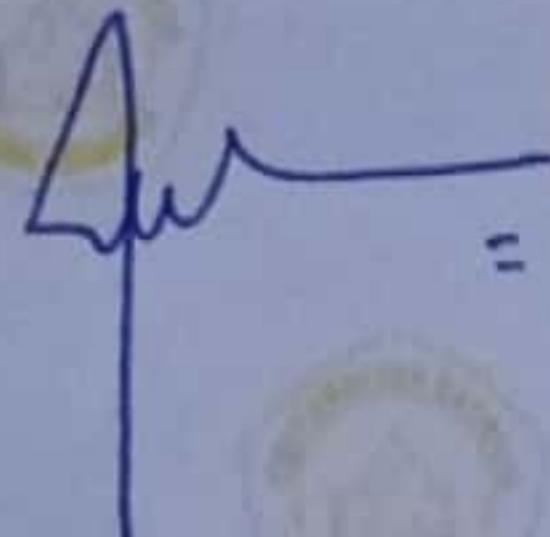
Lembar Pengesahan

Skripsi yang telah di tulis oleh (Agnes Sofia Sonora) dengan NPM (15110053)

telah di uji pada2020

Dinyatakan LULUS Oleh :

Ketua Tim Penguji



V. Ratna Inggawati, S.E, M.M

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



Thyephoida W.S.P, S.E, M.M

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati. S.E, M.M

Lembar Pengesahan Skripsi

PENGARUH EKUITAS MEREK, GAYA HIDUP DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
MEREK OPPO PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS KATOLIK
DARMA CENDIKA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

Nama : Agnes Sofia Sonora
NPM : 15110053
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji:

1. V. Ratna Inggawati, S.E, M.M
2. Lilik Indrawati, S.E, M.M
3. Thyophoida WSP, S.E, M.M



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan dan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Ekuitas Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada Mahasiswa Di Universitas Katolik**”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana manajemen (SM) program srata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Selama penelitian dan penyusun laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Thyophoida W.S.P., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas ekonomi, Dosen Pembimbing dan sekaligus sebagai Dosen Wali.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen dan sekaligus sebagai dosen penguji
4. Ibu V. Ratna Inggawati, S.E, M.M selaku Ketua Penguji dalam menyelesaikan tugas akhir ini
5. Seluruh Dosen, Staff dan Alumni Universitas Katolik Darma Cendika, serta secara khusus kepada Dosen fakultas ekonomi
6. Buat keluarga tercinta Papa, Mama, dan adik saya Abdiel Moses yang juga sudah membantu saya dalam doa, materi dan juga memberikan dorongan dan semangat kepada saya, sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.





7. Buat Ibu Indriati Tanti dan juga Pak Michael yang sudah banyak membantu saya baik dalam memberikan arahan dan juga materi sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Buat teman-teman Kontrakan Nirwana Eksekutif (Blok BB) yang juga sudah membantu saya dalam Doa dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Buat teman – teman yang ada di tempat kerja yang selalu memberi dukungan buat penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Buat semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan Namanya satu- persatu, yang sudah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari dalam penulisan Laporan ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dan manfaat tulisan ini di masa yang akan datang

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TUJUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Ekuitas Merek	8
2.2.1 Pengertian Merek	8
2.2.2 Pengertian Ekuitas Merek	8
2.2.3 Model Ekuitas Merek	9
2.2.4 Peran Ekuitas Merek	10
2.2.5 Pengukuran Ekuitas Merek	10
2.2.6 Indikator Ekuitas Merek	11
2.3 Gaya Hidup	11
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	11
2.3.2 Klasifikasi Gaya Hidup	12





2.3.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	13
2.3.4 Pengukuran Gaya Hidup	14
2.3.5 Indikator Gaya Hidup.....	15
2.4 Kualitas Produk	15
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.4.2 Pengukuran kualitas Produk	15
2.4.3 Dimensi Kualitas Produk	16
2.4.4 Startegi Meningkatkan Kulitas Produk	16
2.4.5 Indikator Kualitas Produk	17
2.5 Keputusan pembelian	18
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian	19
2.5.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.6 Pengaruh Antar Variabel	22
2.6.1 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7 Penelitian Terdahulu	23
2.8 Rerangka Pemikiran	27
2.9 Kerangka Konseptual	28
2.10 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Obyek Penelitian	30
3.2 Pendekatan Penelitian dan sumber Data	30
3.2.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2.2 Sumber Data	30



3.3 Variabel Penelitian	31
3.4 Definisi Oprasional	31
3.5 Teknik Pengukuran Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7 Populasi dan Sampel	34
3.7.1 Populasi	34
3.7.2 Sampel	35
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data	35
3.8.1 Metode yang Digunakan Dalam Penelitian ini	35
3.8.2 Teknik Analisis Data	36
3.8.2.1 Uji Validitas	36
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	37
3.9.1 Uji Normalitas	37
3.9.2 Uji Multikolinearitas	38
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.10.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.11 Pengujian Hipotesisi	41
3.11.1 Uji t	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
A. Visi dan Misi	44
B. Tujuan Perusahaan.....	45
C. Lokasi <i>Service Center</i>	45
D. Jenis – Jenis Produk	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	47



4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Respdnen Berdasarkan Usia	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	48
4.3 Analisis Data	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.3.1 Uji Normalitas	50
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	51
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.3.5 Analisis koefisien Determinasi (R^2)	55
4.3.6 Pengujian Hipotesis	56
4.3.6.1 Uji t	56
BAB V PENUTUP	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	xiii

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat terhadap alat komunikasi saat ini sangat besar terutama didalam menjalankan usaha. Di zaman yang semakin modern terdapat banyak alat komunikasi yang di jual di pasar misalnya telepon rumah, *Smartphone*, dan masih banyak lagi alat komunikasi lainnya. Pada saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan *Smartphone* sebagai alat komunikasi karena lebih simple, bisa dibawah dan digunakan dimanapun saat pengggunanya membutuhkan alat komunikasi untuk menyampaikan informasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *Smartphone* OPPO sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *simple random sampling*, dan alat analisa menggunakan program SPSS 22.0. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0. Dimana hasil dari uji validitas dapat dikatakan semua item pernyataan valid dan hasil uji reliabilitas dapat dikatakan bahwa semua variabel reliabel. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 29,2%, artinya kontribusi yang diberikan oleh variabel ekuitas merek, gaya hidup, dan kualitas prooduk terhadap keputusan pembelian rendah yaitu sebesar 29,2%. Variabel Ekuitas Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO. Variabel Gaya hidup dan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO

Kata Kunci: *Ekuitas Merek, Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Kepuasan Pembelian*



ABSTRACT

Community needs for communication tools are currently very large, especially in running a business. In an increasingly modern era, there are many communication devices that are sold in the market, such as landlines, smartphones, and many other communication tools. At this time people use smartphones more as a means of communication because they are simpler, they can be used anywhere when the user needs a communication tool to convey information.

The purpose of this study was to determine the effect of brand equity, lifestyle, and product quality on purchasing decisions for OPPO smartphones by Catholic University students, Darma Cendika. The sample in this study were 75 students using OPPO smartphones. The sampling technique used simple random sampling, and the analysis tool used the SPSS 22.0 program. Based on the results of data processing using SPSS 22.0. Where the results of the validity test can be said that all items are valid statements and the results of the reliability test can be said that all variables are reliable. Adjusted R Square value of 29.2%, meaning that the contribution made by brand equity, lifestyle, and product quality variables to the purchase decision is low at 29.2%. Brand Equity variables affect OPPO Smartphone purchasing decisions. Lifestyle and Product Quality variables have no effect on purchasing decisions for OPPO Smartphones

Keywords: *Brand Equity, Lifestyle, Product Quality and Purchase Decision*

