

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN *HANDPHONE* OPPO

(Studi Pada Mahasiswa Anak Kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire

Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

**SABINUS JAGOM
2019410533**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : SABINUS JAGOM

Nim : 2019410533

**Judul : PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* OPPO (Studi Pada
Mahasiswa Anak Kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire
Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende)**

Ende, 27 Agustus 2025

**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I



**Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101**

Pembimbing II



**Santy Permata Sari, S.AB.,MM
NIDN. 08 2906 9001**

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101**



**UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* OPPO (Studi Pada Mahasiswa Anak Kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende)”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 27 Agustus 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 27 Agustus 2025

Yang Memberi Pernyataan



Sabinus Jagom
2019410533

MOTTO

**“LALONG BAKOK DULAKO,
LALONG ROMBENG DU KOLEM”**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada ke dua Orang Tua Penulis, Dorteus Jehamon dan Mama Magdalena Gin, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis.
2. Untuk keluarga besar penulis yang telah senantiasa membantu menyelesaikan skripsi ini.
3. Buat kekasih hati yang selalu mendukung dalam kelancaran skripsi ini, terimakasih atas dukunganserta ketulusan dan support yang tak terlupakan.
4. Teman-teman penulis yang telah banyak memberikan masukan, semangat, dan arahan hingga akhirnya dapat terselesaikan skripsi ini .
5. Almamaterku tercinta Universitas Flores.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Anak Kost Rt O5/RW 03, Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende)” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores Ende
2. Rektor dan Para Wakil Rektor Universitas Flores
3. Dekan dan Wakil Dekan, Ketua Program Studi Manajemen beserta Para Dosen, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.
4. Kepada Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM. dan Ibu Santy Permata Sari, S.AB., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Kepada ke dua Orang Tua Penulis, Dorteus Jehamon dan Mama Magdalena Gin, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang

merupakan anugrah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

6. Semua Pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi seluruh pembaca umumnya.

Ende, Agustus 2025

Penulis

Sabinus Jagaom
2019410533

ABSTRAK

Sabinus Jagom. 2019410533. Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Anak Kos RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende). Skripsi. Ende. Pembimbing I Maria Endang Jamu, SE.,MM. Pembimbing II Santy Permata Sari, S.AB.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Flores 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa anak kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende, (2) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa anak kos RT 05/RW 03, (3) pengaruh citra merek dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Populasi penelitian berjumlah 127 mahasiswa, sedangkan sampel ditentukan dengan metode Slovin sebesar 56 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert, yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitas menggunakan bantuan SPSS versi 21.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan adalah valid (r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 0,05), sedangkan uji reliabilitas membuktikan instrumen konsisten dan dapat digunakan. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,777 dan t hitung 6.233 ($p <$ 0,05). Variabel promosi juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,312 dan t hitung 4.741 ($p <$ 0,05). Secara simultan, citra merek dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo dengan nilai F hitung 35,873 $>$ F tabel 4,03 dan signifikansi $0,000 <$ 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa citra merek yang kuat dan strategi promosi yang efektif berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa terhadap produk Oppo. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan citra merek serta merancang promosi yang lebih kreatif untuk mempertahankan pangsa pasar, khususnya pada segmen mahasiswa sebagai konsumen yang kritis dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

Kata kunci: Citra merek, Promosi, Keputusan pembelian

ABSTRACT

Sabinus Jagom. 2019410533. The Influence of Brand Image and Promotion on Oppo Mobile Phone Purchasing Decisions (Case Study on Boarding House Students of RT 05/RW 03, Paupire Village, Ende Tengah District, Ende Regency). Thesis. Ende. Supervisor I Maria Endang Jamu, SE.,MM. Supervisor II Santy Permata Sari, S.AB.,MM. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. University of Flores 2025

This study aims to determine (1) the influence of brand image on the decision to purchase Oppo cellphones among boarding house students in RT 05/RW 03, Paupire Village, Ende Tengah District, Ende Regency, (2) the influence of promotion on the decision to purchase Oppo cellphones among boarding house students in RT 05/RW 03, (3) the influence of brand image and promotion simultaneously on purchasing decisions. This study used a quantitative approach with an explanatory method. The study population was 127 students, while the sample size was determined using the Slovin method of 56 respondents. The research instrument was a questionnaire with a Likert scale, which was previously tested for validity and reliability using SPSS version 21.

The validity test results showed that all statement items were valid (r count $>$ r table with a significance level of 0.05), while the reliability test proved the instrument was consistent and usable. Multiple linear regression analysis showed that brand image had a positive and significant influence on purchasing decisions with a coefficient value of 0.777 and a t count of 6.233 ($p < 0.05$). The promotion variable also had a positive and significant effect, with a coefficient of 0.312 and a calculated t -value of 4.741 ($p < 0.05$). Simultaneously, brand image and promotion significantly influenced Oppo mobile phone purchasing decisions, with a calculated F -value of 35.873 $>$ F -table 4.03 and a significance level of 0.000 $<$ 0.05.

Based on the results of this study, it can be concluded that a strong brand image and an effective promotional strategy play a significant role in influencing students' purchasing decisions for Oppo products. This finding implies that companies need to maintain and enhance their brand image and design more creative promotions to maintain market share, particularly among students, who are critical consumers and responsive to technological developments.

Keywords: Brand image, Promotion, Purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Citra merek (Brand image)	12
2.1.2 Promosi	15
2.1.3 Keputusan pembeli	26
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hipotesis	31

2.3.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa anak kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire.	32
2.3.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa anak kost RT 05/RW 03, Kelurahan Paupire.	32
2.3.3 Pengaruh citra merek dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa anak kost RT 05/RW 03 Kelurahan Paupire.	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	38
3.5 Instrumen Penelitian	39
3.6 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.1.1 Deskripsi Data Responden	49
4.2 Uji Instrumen Penelitian	51
4.3.1 Hipotesis Pertama.....	57
4.3.3 Hipotesis Ketiga	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.4.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian <i>Handphone</i> Oppo pada mahasiswa anak kos RT 05/RW 03 Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68

5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Android	5
Tabel 1.2 Tipe Smartphone Oppo	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Anak Kost RT 05/RW 03.....	36
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Data responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Semester Perkuliahan.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kuesioner Penelitian	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.7.....	55
Hasil Uji Multikolinearitas.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan	27
Gambar 2.2 Bagan Krangka Berpikir	34