

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
OPPO PADA MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Suci Ardilla Monich

190910208

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
OPPO PADA MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Suci Ardilla Monich

190910208

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM

TAHUN 2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama: Suci Ardilla Monich

NPM: 190910208

Fakultas: Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT KOTA BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat saya pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 04 Agustus 2023



Suci Ardilla Monich

190910208

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
OPPO PADA MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Suci Ardilla Monich

190910208

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 04 Agustus 2023



Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi kualitas, citra merek dan kesadaran merek terhadap minat beli *smartphone* Oppo pada masyarakat kota Batam. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh responden yang menggunakan *handphone* Oppo di kecamatan batu aji di Kota Batam dimana untuk jumlah populasinya tidak diketahui. Pada penelitian kali ini, analisis yang dilakukan menggunakan bantuan Aplikasi Software SPSS Versi 25. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, uji linier berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji f). Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui pengaruh variable persepsi kualitas (X1) berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli Pada *smartphone* Oppo. Citra merek (X2) berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli Pada *smartphone* Oppo. Kesadaran merek (X3) berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli Pada *smartphone* Oppo. Hal ini menunjukkan bahwa dari masing-masing variable berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variable minat beli (Y).

Keyword: Persepsi kualitas ; Citra Merek ; Kesadaran Merek ; Minat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze and find out whether there is an influence of perceived quality, brand image and brand awareness on buying interest in Oppo smartphones in the people of Batam city. The sample used in this study is all respondents who use oppo cellphones in the Batu Aji sub-district in Batam City where the population size is unknown. In this study, the analysis was carried out using the SPSS Software Application Version 25. While the data testing techniques carried out in this study were validity test, reliability test, normality test, partial correlation analysis, coefficient of determination, multiple linear test, and hypothesis test (t test and f test). Based on the results of the analysis, it can be seen that the influence of the perceived quality variable (X1) has a positive effect and has a partially significant effect on buying interest on Oppo smartphones. Brand image (X2) has a positive effect and has a partially significant effect on buying interest on Oppo smartphones. Brand awareness (X3) has a positive effect and has a partially significant effect on purchase intention on Oppo smartphones. This shows that each variable has a positive and significant effect partially on the purchase intention variable (Y)

Keyword: Perceived quality ; Brand Image ; Brand Awareness ; Interest to buy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Oppo pada Masyarakat Kota Batam”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Pada kesempatan ini, peneliti hendak menyampaikan terima kasih kepadasemua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom Selaku Dekan UniversitasPutera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam, khususnya pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
6. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang salingmemberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Peneliti juga menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 01 Agustus 2023

Suci Ardilla Monich
190910208



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Persepsi kualitas	10
2.1.1.1 Definisi Persepsi Kualitas	10
2.1.1.2 Dimensi Persepsi Kualitas	11
2.1.1.3 Indikator Persepsi Kualitas	11
2.1.2 Citra Merek.....	12
2.1.2.1 Definisi Citra Merek.....	12
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek	13
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	14
2.1.3 Kesadaran Merek	14
2.1.3.1 Definisi Kesadaran merek.....	14
2.1.3.2 Dimensi Kesadaran Merek	15
2.1.3.3 Indikator Kesadaran Merek	16
2.1.4 Minat Beli	16
2.1.4.1 Definisi Minat Beli.....	16
2.1.4.2 Faktor-faktor Minat Beli.....	17
2.1.4.3 Indikator Minat Beli	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli.....	20
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	21
2.3.3 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli	21
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli.....	22

2.4 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Sifat Penelitian.....	24
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	25
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	25
3.3.2 Periode Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	26
3.4.2.1 Teknik Penentuan Besar Sampel	26
3.4.3 Teknik Sampling	27
3.5 Sumber Data	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.7.1 Variabel Independen.....	29
3.7.2 Variabel Dependen	29
3.8 Metode Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.8.2.1 Uji Validitas	32
3.8.2.2 Uji Reabilitas	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.4 Uji Pengaruh	34
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.8.4.2 Uji R ²	34
3.9 Uji Hipotesis	35
3.9.1 Uji t (Parsial).....	35
3.9.2 Uji f (Simultan)	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Profil Perusahaan	36
4.1.2 Logo Perusahaan	36
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	39
4.3.1 Variabel Persepsi Kualitas(X1)	39
4.3.2 Variabel Citra Merek (X2)	40
4.3.3 Variabel Kesadaran Merek (X3)	41
4.3.4 Variabel Minat Beli (Y)	43
4.4 Analisis Data.....	44

4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	44
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Data	44
4.4.1.2 Hasil Uji Reabilitas Data	45
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	46
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas	48
4.4.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh	50
4.4.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.5 Pengujian Hipotesis.....	53
4.5.1 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	53
4.5.2 Hasil Uji f (Uji Simultan)	55
4.6 Pembahasan	56
4.6.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli.....	56
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	56
4.6.3 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli	57
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	57
4.7.1 Implikasi Teoritis	57
4.7.2 Implikasi Praktis	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	
Lampiran 1 . Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 .Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 . Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	47
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award (2022)	4
Tabel 1.2 Kelebihan dan Kekurangan Oppo	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Periode Penelitian	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel	29
Tabel 3.4 Rentang Skala	31
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Persepsi Kualitas	39
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Citra Merek.....	40
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Kesadaran Merek	41
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Minat Beli	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov -Smirnov	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	53
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji f	55

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Jacob Cohen	26
Rumus 3.2 Rentang Skala	31
Rumus 3.3 Uji Validitas	32
Rumus 3.4 Uji Reabilitas	32
Rumus 3.5 Uji Normalitas	33
Rumus 3.6 Regresi Linier Berganda	34
Rumus 3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34