

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN DAN INOVASI DESAIN TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN MEREK OPPO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Eddi
210910155**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN DAN INOVASI DESAIN TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN MEREK OPPO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Eddi
210910155**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eddi

NPM : 210910155

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian Merek Oppo Di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 digugurkan 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, 24 Januari 2025



Eddi

210910155

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN DAN INOVASI DESAIN TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN MEREK OPPO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Eddi
210910155**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Januari 2025



**Winda Eryanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan inovasi desain terhadap loyalitas pembelian merek Oppo di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan deskriptif. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna produk Oppo di Kota Batam pada tahun 2024, dengan jumlah responden yang tidak diketahui secara pasti. Penarikan sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah 100 responden ditarik melalui metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Proses analisis mencakup pengujian kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 20,2% terhadap loyalitas pembelian, daya tarik iklan berkontribusi sebesar 33,6%, dan inovasi desain menyumbang sebesar 28,1%. Koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa kualitas produk, daya tarik iklan, dan inovasi desain secara bersama-sama memengaruhi loyalitas pembelian sebesar 83,6%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji t dan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, daya tarik iklan, dan inovasi desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pembelian merek Oppo.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Inovasi Desain, Kualitas Produk, Loyalitas Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, advertising appeal, and design innovation on Oppo brand purchase loyalty in Batam City. This study uses a quantitative approach with a descriptive design. Respondents in this study are Oppo product users in Batam City in 2024, with an unknown number of respondents. Sampling was carried out using the Lemeshow formula with 100 respondents drawn through a purposive sampling method based on certain criteria. The analysis process includes data quality testing, classical assumption testing, influence testing, and hypothesis testing. The results of the study show that product quality contributes 20.2% to purchase loyalty, advertising appeal contributes 33.6%, and design innovation contributes 28.1%. The coefficient of determination (R^2) indicates that product quality, advertising appeal, and design innovation together influence purchase loyalty by 83.6%, while the rest is influenced by other factors outside this study. The t-test and F-test show that product quality, advertising appeal, and design innovation have a positive and significant influence on Oppo brand purchase loyalty.

Keywords: Advertising Appeal, Design Innovation, Product Quality, Purchase Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Januari 2025



Eddi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Secara Teoritis	10
1.6.2 Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.1.2 Faktor Kualitas Produk	14
2.1.1.3 Tujuan Kualitas Produk	15
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.2 Daya Tarik Iklan	19
2.1.2.1 Pengertian Daya Tarik Iklan	19
2.1.2.2 Tujuan Daya Tarik Iklan	20
2.1.2.3 Karakteristik Daya Tarik Iklan	22
2.1.2.4 Indikator Daya Tarik Iklan	23
2.1.3 Inovasi Desain	25
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Desain	25
2.1.3.2 Cakupan Inovasi Desain	26
2.1.3.3 Karakteristik Inovasi Desain	29
2.1.3.4 Indikator Inovasi Desain	31
2.1.4 Loyalitas Pembelian	33
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pembelian	33
2.1.4.2 Faktor Loyalitas Pembelian	34
2.1.4.3 Karakteristik Loyalitas Pembelian	37
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pembelian	39
2.2 Penelitian Terdahulu	41

2.3	Kerangka Pemikiran	46
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembelian	46
2.3.2	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Pembelian.....	47
2.3.3	Pengaruh Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian	47
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian	48
2.4	Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Sifat Penelitian	50
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	51
3.3.1	Lokasi Penelitian	51
3.3.2	Periode Penelitian.....	51
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.4.1	Populasi	52
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	52
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	53
3.5	Sumber Data	54
3.6	Metode Pengumpulan Data	55
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	57
3.7.1	Variabel Independen (X)	57
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	57
3.8	Metode Analisis Data	58
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	58
3.8.2	Uji Kualitas Data	60
3.8.2.1	Uji Validitas	60
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	61
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.8.3.1	Uji Normalitas	62
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	63
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	64
3.8.4	Uji Pengaruh.....	65
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	66
3.9	Uji Hipotesis.....	67
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	67
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	71
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	73
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	74
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	74

4.3.2	Deskriptif Daya Tarik Iklan (X2).....	75
4.3.3	Deskriptif Inovasi Desain (X3)	76
4.3.4	Deskriptif Loyalitas Pembelian (Y)	76
4.4	Analisis Data	77
4.4.1	Uji Kualitas Data	77
4.4.1.1	Uji Validitas	77
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	80
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	81
4.4.2.1	Uji Normalitas	81
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	84
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	85
4.4.3	Uji Pengaruh.....	86
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.5	Pengujian Hipotesis.....	89
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	89
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	90
4.6	Pembahasan.....	91
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembelian	91
4.6.2	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Pembelian.....	92
4.6.3	Pengaruh Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian	93
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian	94
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	95
BAB SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	97
5.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		100
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Terkait Kualitas Produk Oppo A3X.....	3
Gambar 1.2 Iklan HP Oppo A60	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	82
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram Normal P-P Plot.....	83
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Produk Oppo 2024.....	6
Tabel 1.2 Smartphone Terlaris di Indonesia 2023.....	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusiner.....	56
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	60
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	73
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	74
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk.....	74
Tabel 4.7 Deskriptif Daya Tarik Iklan	75
Tabel 4.8 Deskriptif Inovasi Desain.....	76
Tabel 4.9 Deskriptif Loyalitas Pembelian	77
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	78
Tabel 4.11 Uji Validitas Daya Tarik Iklan (X2).....	78
Tabel 4.12 Uji Validitas Inovasi Desain (X3)	79
Tabel 4.13 Uji Validitas Loyalitas Pembelian (Y)	80
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	84
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	89
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	91

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lamshow</i>	53
Rumus 3.2 Rentang Skala	59
Rumus 3.3 Pearson Correlation.....	61
Rumus 3.4 Alpha Crobach	62
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	65
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	67
Rumus 3.7 Uji t	68
Rumus 3.8 Uji f	69