

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO

(Studi Kasus Di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin)



Proposal Oleh :

Endang Setiowati

01011381419159

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

**Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Oppo (Studi Kasus Di Kecamatan Sungai Lilin
Kabupaten Musi Banyuasin)**

Disusun Oleh :

Nama : Endang Setiowati

Nim : 01011381419159

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

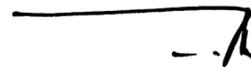
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua



Tanggal : 24 Maret 2018

Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

Nip : 195512281981021002

Anggota



Tanggal : 20 Maret 2018

Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Nip : 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin)

Disusun oleh:

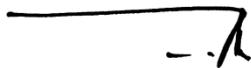
Nama : Endang Setiowati
NIM : 01011381419159
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Diuji dalam Ujian komprehensif pada tanggal 18 April 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 18 April 2018

Ketua



Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

Nip : 195512281981021002

Anggota



Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Nip : 197205292006042001

Penguji



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M

Nip : 195706131985031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP: 19570714198403100

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Endang Setiowati

NIM : 01011381419159

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Di Kecamatan Sungai
Lilin Kabupaten Musi Banyuasin)**

Pembimbing :

Ketua : Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

Anggota : Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Tanggal Ujian : 18 April 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri, di dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 19 April 2018

Pembuat Pernyataan



Endang Setiowati

01011381419159

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya kita dengan keberhasilan saat kita menyerah”

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan, dan saya percaya pada diri saya sendiri”

“Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan”

Kupersembahkan kepada :

- Allah SWT
- Bapak dan Ibu Tercinta
- Kakakku Beserta Suaminya dan Keluarga Besarku
- Sahabat-sahabat Terkasih
- Teman-teman Seperjuangan
- Almamater

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena berkat nikmat, karunia, dan kesempatan-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO”** ini tepat waktu. Penulisan skripsi ini harus diselesaikan oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Jurusan Manajemen yang merupakan bagian dari prasyarat kelulusan program kesarjanaan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang membantu penyelesaian skripsi. Terutama ibu dan Ayah ku Serta Adik-adikku dan seluruh keluargaku yang tiada hentinya selalu menyemangati dan mendoakanku. Karenanya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dan juga penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc dan Aslamia Rosa, S.E., M. Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. H. A. Nazaruddin, M.M, selaku dosen penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk datang menguji dan memberikan saran dalam perbaikan skripsi.
3. Hj. Nofiwaty, S.E., M.M sebagai dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan selama perkuliahan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan dan seluruh staf pegawai Fakultas

Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis baik selama masa perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi.

5. Orang tua penulis Ayah dan Ibu (Wagisan dan Sunarmi) yang selalu mendoakan dan memotivasi serta juga kakak penulis (Siti Maimatus Solikah) yang juga turut memberikan semangat.
6. Teman seperjuangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya khususnya Laila Azizah, Leli Apriyani, Widia Fitriyani, Rahmi, Ni Kadek Siska Dwi Diantari, Destin Putri, Siti Nur Khotijah, dan lainnya yang telah membantu memberikan informasi selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan sarana dan kritik yang membangun demi penulisan yang baik dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, 19 April 2018

Penulis,



Endang Setiowati

NIM : 01011381419159

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO

(Studi Kasus Di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin)

Oleh :

Endang Setiowati, Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc, Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone oppo. Pengambilan sampel digunakan dengan metode *convenience* sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis yang didapat menunjukkan bahwa iklan (X_1) dan citra merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin.

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Palembang, 19 April 2018

Ketua

Anggota



Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

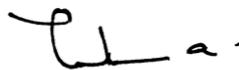
Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Nip : 195512281981021002

Nip : 197205292006042001

Mengetahui,

Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP : 1956070119850310033

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADS AND BRAND IMAGE A DECISION OF PURCHASE OPPO SMARTPHONE

(Case Study In Kecamatan Sungai Lilin Kapupaten Musi Banyuasin)

By :

Endang Setiowati, Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc, Aslamia Rosa, S.E., M. Si

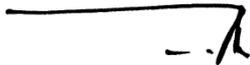
This study aims to determine the effect of advertising and brand image on the decision to purchase oppo smartphones. Sampling is used by convenience sampling method. The analysis technique used in this research is quantitative analysis. Based on the results of the analysis show that the advertisement (X1) and brand image (X2) significantly influence the purchase decision of oppo smartphones in Kecamatan Sungai Lilin Kapupaten Musi Banyuasin.

Keywords: *Ads, Brand Image, Purchase Decision*

Palembang, 19 April 2018

Head of Consultant

Member



Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

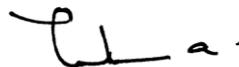
Aslamia Rosa, S.E., M. Si

Nip : 195512281981021002

Nip : 197205292006042001

Acknowledge

The Head Of Management Program



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP : 1956070119850310033

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

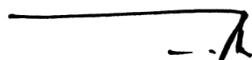
Nama : Endang Setiowati
Nim : 01011381419159
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN SMARTPHONE
OPPO (STUDI KASUS DI KECAMATAN
SUNGAI LILIN KABUPATEN MUSI
BANYUASIN)

Telah kami periksa cara penulisan *grammar*, maupun susunan tenses-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 19 April 2018

Pembimbing Skripsi :

Ketua



Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc
Nip : 195512281981021002

Anggota



Aslamia Rosa, S.E., M. Si
Nip : 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Endang Setiowati
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Musi Banyuasin, 29 Mei 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Dusun 1 Desa Cinta Damai Kecamatan Sungai
lilin Kabupaten Musi Banyuasin.

Alamat Email : endang.setyawati204@gmail.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD N Cinta Damai
SMP : SMP N 2 Sungai Lilin
SMA : SMA N 2 Sungai Lilin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii

BAB I.....	1
-------------------	----------

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II	7
---------------------	----------

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Bauran Pemasaran	7
2.1.1.1 Produk	7
2.1.1.2 Harga	8
2.1.1.3 Tempat	8
2.1.1.4 Promosi.....	8
2.1.2 Iklan	10
2.1.3 Tujuan Iklan.....	12
2.1.4 Citra Merek.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian	16
2.1.6 faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19

2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2 Rancangan Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Populasi dan Sampel	27
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Uji Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas.....	31
3.7.2 Uji Raliabilitas.....	31
3.8 Teknik Analisis.....	31
3.8.1 Uji Regresi Berganda.....	32
3.8.2 Uji f	32
3.8.3 Uji t	33
3.8.4 Koefisien Deferminan R^2	34

BAB IV	35
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah OPPO	35
4.1.2 Visi dan Misi Smartphone OPPO	35
4.2 Karakteristik Responden Penelitian	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	38
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	40
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Independen (X)	40
4.3.1.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Iklan	40
4.3.1.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Citra merek	42
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Dependen	43
4.3.2.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	43
4.4 Uji Validitas dan Reabilitas	45
4.4.1 Hasil Uji Validitas	45
4.4.2 Hasil Uji Reabilitas	46
4.5 Hasil Uji Hipotesis	47
4.5.1 Uji T	47
4.5.2 Uji F	49
4.5.3 Hasil Regresi Berganda	50

4. 5.4 Koefisien Determinan	52
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Smartphone	3
Tabel 1.2 data Harga Smartphone OPPO.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2 Responden usia	37
Tabel 4.3 Responden Tingkat Pendidikan	37
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan Responden	38
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	39
Tabel 4.6 Distribusi Iklan	40
Tabel 4.7 Distribusi Citra Merek	42
Tabel 4.8 Distribusi Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Independen dan Dependen.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.11 Uji T.....	47
Tabel 4.12 Uji f.....	49
Tabel 4.13 Hasil Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.14 uji Koefisien determinan	52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini, dunia dipenuhi dengan pesatnya industri telekomunikasi yang menjadi cermin dari tingginya kebutuhan akan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan Telepon Seluler yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka, dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen.

Perusahaan berupaya meningkatkan kualitas produknya menjadi lebih baik agar perusahaan lebih kompetitif dari perusahaan lainnya. Upaya yang harus dilakukan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah, seperti meningkatkan citra merek dan memilih iklan promosi yang menarik untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat. Menurut Kotler dan Amstrong, (2012) manajemen pemasaran adalah penganalisis, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.

Untuk menciptakan peluang yang baik dan dapat menghadapi kompetisi atau persaingan yang ada di pasar maka diperlukan adanya strategi pemasaran. Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Salah satu strategi pemasaran yang berperan penting bagi kemajuan perusahaan adalah promosi. Perusahaan harus memperhatikan selera konsumen yang ingin membeli produk yang berkualitas baik. Perusahaan juga harus menjalankan promosi secara optimal dan konsisten, adanya kegiatan promosi yang optimal dan konsisten diharapkan produk yang dipasarkan perusahaan akan dikenal dan diminati oleh konsumen, jika kondisi ini dapat tercipta dengan baik maka otomatis produk yang akan dipasarkan akan laku sehingga akan berimplikasi positif terhadap volume penjualan perusahaan.

Dalam kehidupan modern kita memerlukan iklan, tanpa iklan produsen dan distributor tidak dapat menjual barangnya. Iklan adalah salah satu strategi promosi yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan sebuah produk kepada para konsumen. Iklan juga sebagai wadah bagi produsen untuk menjelaskan keunggulan produk yang dimiliki berikutan kelebihan dibanding dengan produk kompetitor. Menurut Kotler dan Armstrong, (2012) iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide barang atau jasa.

Di dalam sebuah produk tercakup citra merek (*brand image*) adalah sebuah nama, simbol, istilah, tanda, yang menggambarkan sebuah produk berbeda dari produk yang lain. Citra merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli, bukan hanya sekedar simbol yang membedakan produk perusahaan tertentu dengan kompetitornya. Menurut Kotler dan Keller, (2012) mempunyai pendapat bahwa merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan sekaligus sebagai diferensiasi produk.

Oppo adalah salah satu penyumbang penjualan *handphone* bersistem operasi Android tertinggi dari perusahaan-perusahaan yang lain. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 1.1 Pangsa Pasar *Smartphone* Tahun 2018 Di Kecamatan Sungai Lilin

Rangking	Vendor	Market share 2018
1	Samsung	32,2%
2	Oppo	19,7%
3	Asuz	16,7%
4	Advan	8,2%
5	Lenovo	6,0%

Sumber : IDC Quarterly Mobile Phone Tracker

Berdasarkan sumber data terbaru IDC *Quarterly Mobile Phone Tracker*, Oppo berada di kuartal kedua tahun 2018 menjadi urutan kedua sebagai penguasa

pasar smartphone di Kecamatan Sungai Lilin. Samsung menguasai pasar dengan 32,2% market share dan Oppo berada di posisi kedua dengan 19,7% market share. Posisi ketiga diduduki oleh Asuz sedangkan Advan dan Lenovo di posisi keempat dan kelima.

Tabel 2. Data harga *Smartphone* OPPO tahun 2018

Tipe	Harga
OPPO R11	Rp. 6.5 Juta
OPPO R9S Plus	Rp. 6 Juta
OPPO R7s	Rp. 4.9 Juta
OPPO F5	Rp. 5.2 Juta
OPPO F3 Plus	Rp. 3.9 Juta

Sumber: PT. Word Innovative Telecommunicatio (OPPO OFFICE)

Ada berbagai macam Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian handphone salah satunya yaitu iklan. Selain dari sisi iklan produk keputusan pembelian *smartphone* juga tidak terlepas dari faktor citra merek dari produk tersebut. Semakin baik Citra Merek yang melekat pada produk tersebut maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibeli. *Smartphone* Oppo jenis android membuktikan bahwa dengan merek yang terpercaya dapat meningkatkan penjualan *smartphone* mereka dibandingkan dengan merek produk lainnya.

Menurut Swastha (2010) ada lima tahap proses terjadinya keputusan pembelian yang dilalui oleh konsumen dalam proses pembelian yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Ketika konsumen sudah menentukan produk yang akan dibeli maka dia akan mencari semua informasi yang berhubungan dengan produk yang akan dibeli, dari harga hingga spesifikasi produk tersebut. Setelah memperoleh informasi yang akurat konsumen akan membandingkan suatu produk dengan produk lain yang dilihat dari berbagai sudut pandang oleh konsumen sehingga hasilnya akan ditentukan oleh konsumen itu sendiri.

Indonesia terbagi dalam beberapa propinsi salah satunya propinsi Sumatra Selatan Kota Palembang Kabupaten Musi Banyuasin. Kabupaten Musi Banyuasin dibagi dalam beberapa Kecamatan salah satunya Kecamatan Sungai Lilin. Sungai Lilin adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin yang terdapat banyak distributor yang menjual berbagai produk *smartphone*, dan *smartphone oppo* lah yang menjadi produk unggulan di setiap toko, karena oppo banyak menarik minat beli dengan melakukan iklan promosi. *Smartphone oppo* ini dilengkapi dengan kamera *selfie* yang tidak mengecewakan, masyarakat bisa mengambil *selfie* dirinya yang terbaik.

Iklan pada saat ini yang semakin pesat dan didukung oleh pertumbuhan media cetak maupun jumlah stasiun televisi (media elektronik) yang terus meningkat, membuat perusahaan harus selektif dalam membuat iklan untuk mendukung penjualannya. Selain itu, dukungan dari citra merek yang selama ini

dibangun dan dijaga dengan baik oleh Oppo, dapat membantu Oppo untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan industri telekomunikasi.

Dalam penelitian ini masyarakat di daerah Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin melihat dari faktor iklan yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Masyarakat Sungai Lilin membeli produk *Smartphone* dilihat dari segi iklan yang menarik, juga banyak diantaranya memilih *smartphone* ini karena untuk bergaya, dan saat berfoto ingin terlihat cantik dan menawan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Berapa besar pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin?
2. Variabel manakah yang dominan terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin?
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang dominan terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin?

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Mahasiswa sebagai tambahan pengetahuan dan informasi dalam menopang penelitian-penelitian selanjutnya.

-
2. Diharapkan Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pandangan konsumen khususnya di Sungai Lilin terhadap produk dari perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal

- Aris Kuncoro S. 2016. Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cindy Mei Alfionita. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo *Smartphone* Di *Counter Handphone* Matos). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Cleryan Ari Wibowo. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Jenis Android. Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Dessy. A.Sembiring. Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Pada Pt. Yamaha Mataram Sakti Di Kota Semarang)
- IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, Pangsa Pasar Smartphone 2016, Kompas Tekno.
- Taat Kuspriyono, 2016. Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma). Jakarta Selatan.
- Theresia Pradiani, 2017. Pengaruh Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ASIA Malang

Sumber Buku

Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Hossain, Enayet. 2010. *An Evaluation of Brands Image, Product Attributes and Perceived Quality of a Selected Consumer Non Durable Product*. Administration Management Review. Volume 19 No. 2.

Kotler, Philip. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (edisi ke 12 jilid II). Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 14). Global. Pearson Prentice Hall.

Freddy, Rangkuti. 2009. *Manajemen Strategik*. Jakarta. Salemba Empat

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Sumber Lain

IDC Quarterly Mobile Phone tracker

PT. Word innovative telecommunication (OPPO OFFICE)

Data primer yang diolah Spss 20.0