

**ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS DAN STRATEGI
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK HP MEREK OPPO PADA
MAHASISWA FEB TJUT NYAK DHIE**

SKRIPSI

Oleh

M. HABIB LUTHFI MELIALA
1929081103/MNJ



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE
MEDAN
2023**

**ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS DAN STRATEGI
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK HP MEREK OPPO PADA
MAHASISWA FEB TJUT NYAK DHEN**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Program Studi Manajemen Universitas Tjut Nyak
Dhen Medan**

Oleh

**M. HABIB LUTHFI MELIALA
1929081103/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH BRAND
AWARENESS DAN STRATEGI
MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK HP MEREK OPPO PADA
MAHASISWA FEB TJUT NYAK DHEN

Nama Mahasiswa : M. HABIB LUTHFI MELIALA

Nomor Pokok Mahasiswa : 1929081103

Program Studi : MANAJEMEN

Mengetahui
Komisi Pembimbing

Amirudin, S.E., M.M., M.Si.
Dosen Pembimbing I


Mella Yunita, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi


(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

Dekan


(Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn.)



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEH MEDAN**

BERITA ACARA UJIAN

**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK
DHIEH**

**Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada:**

Hari/Tanggal	: Jumat / 10 Maret 2023
Nama Mahasiswa	: M. Habib Luthfi Meliala
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1929081103
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS DAN STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK HP MEREK OPPO PADA MAHASISWA FEB TJUT NYAK DHIEH
Ditetapkan	: (B+) Lulus Yudisium () Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang Tanggal : () Tidak Lulus

**Panitia Ujian/Tim Penguji
ketua**



Oki Pravogi, S.Pd., M.Mkmt.

Anggota

(Amirudin, S.E., M.M., M.Si.)

Anggota



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : M. Habib Luthfi Meliala
NPM : 1929081103
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS DAN STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK HP MEREK OPPO PADA MAHASISWA FEB TJUT NYAK DHIEN** adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan skripsi plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 10 Maret 2023

Yang Menyatakan,



M. Habib Luthfi Meliala
NPM. 1929081103

ABSTRAK

M.Habib Luthfi Meliala.1929081103. Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk HP Merek Oppo Pada Mahasiswa FEB Unversitas Tjut Nyak Dhien . Fakultas Ekonomi Dan Bisns Unversitas Tjtjut Nyak Dhien. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen produk HP Oppo pada mahasiswa, mengetahui penaruh strategi marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen produk HP merek oppo pada mahasiswa dan mengetahui pengaruh brand awareness dan strategi marketing mix secara si,ultan terhadap keputusan pembellian konsumen produk hp merek oppo pada mahasiswa. Peneltian ini di lakuka di FEB Universitas Tjut Nyak Dhien Medan dengan ppulasi rata – rata sebanyak 40 orang perbulan, penarikan sampel jenuh sehingga sampel sebanyak 40 orang. Penelitian ini deskriptif kuantitatiif nstrumen kuisioner, teknik analisis data dan uji validitasdan reliabilitas , uji asumsi klasik , regresi linier berganda. Uji t (persial), uji f (simultan) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 0,389 + 1.111 X_1 + 0,030 X_2 + 0$, uji t(persial) di peroleh nilai t_{hitung} brand awarenness adalah 2,962 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,026 ketentuan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(29,276 > 2,026)$ dan $(0.000 < 0,05)$ nilai t_{hitung} strategi markrting mix adalah 2,605 dan nlai t_{tabel} sebessaar 2.026 ketentuan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(2.605 > 2,026)$ dan $0,017 < 0,05$ dan uji f (simultan) nilai f_{hitung} brand awareness dan strategi marketing mix adalah 29,572 . nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(29,572 > 2,858)$ dan $0.000 < 0,005$. Nilai R_{square} sebesar 0.773 atau $R^2 \times 100 \%$ sebesar 77.30% , artinya variabel bebas penelitan memberikan sumbangsi besar dalam menjelaskan tentang kepuasan pelanggan sebesar 77.30% sedangkan sisahnya 22,70% di pengaruhi fktor lain. Kesimpulan penelitian brand awareness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara serempak brand awareness dan strategi markrting mix berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk HP oppo pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.

Kata kunci : brand awareness, strategi merketng mix, kepuasan pelaanggan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Hidayah yang di berikan sehingga penulis dapata menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul pengaruh brand awareness dan strategi marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen produk HP merek oppo pada mahasiswa di Medan .

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Atas bimbingan serta saran yang telah di berikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Bapak/ Ibi yang terhormat :

1. Dr. Irwan Agusnu Putra, S.P., M.P., selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, yang memberikan kesempatan untuk menimba pengetahuan.
2. Dr. Mosfah Dharma, S.E., S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Mela Yunita, S.E.,M.Si, Selaku Ketua Program Study Menejemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, sekaligus selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan perbakan proposal skripsi ini.
4. Amirudin, S.E., M.M., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang memberikan masukan – masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Seluruh Dosen program study S1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan
6. Kedua orang tua, ayahanda dan ibunda yang telah memberikan doa restu dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

7. Rekan – rekan stambuk 2019 Manajemen Fkultas Ekonomi dan Bisnis atas kebersamaan yang telah tercipta selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari, dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik menyangkut isi, maupun penyajian, dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kriti dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulis proposal skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi yang membaca nya.

Medan, Juni 2023
Penulis,

M. HABIB LUTHFI MELALA
NPM.1929081103

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah penelitian	1
B. Identifikasi masalah penelitian	7
C. Batasan masalah penelitian	9
D. Perumusan masalah penelitian	9
E. Tujuan penelitian	10
F. Manfaat penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	12
A. Keputusan pembelian	12
B. Brand awareness	17
C. Strategi marketing mix	23
D. Penelitian terdahulu	34
E. Kerangka konseptual	35
F. Hipotesis penelitian	36
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	36
A. Lokasi penelitian	38
B. Populasi dan sampel	38
C. Definisi operasional variabel	39
D. Teknik pengumpulan data	40
E. Teknik analisis data	41
1. Analisis deskriptif	41
2. Uji kualitas instrument	41
3. Uji asumsi klasik	43
4. Analisis regresi linier berganda	44
5. Uji hipotesis	45
6. Koefisien determinasi (R^2)	47

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
	A. Hasil penelitian.....	48
	1. Gambaran umum FE UTND Medan	48
	2. Analisis deskripsi penelitian.....	51
	3. Uji kualitas instrument	54
	4. Uji asumsi klasik	57
	5. Analisis regresi linier berganda	62
	6. Uji hipotesis.....	63
	7. Koefisien determinasi (R^2)	66
	B. Pembahasan.....	67
	1. Pengaruh brand awarenes terhadap kepuasan pelanggan	68
	2. Pengaruh kepuasan terhadap keputusan pembeli	69
	3. Pengaruh brand awarenes dan kepuasan terhadap Keputusan pembeli	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
	A. Kesimpulan	74
	B. Saran	75

DAFTAR PUSTAK