

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TIKTOK, BRAND IMAGE, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan oleh :**

**Dwiki Reza Agusti**

**NPM : 21420087**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2025**

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwiki Reza Agusti

NPM : 21420087

Alamat : Boboh Rt 01 Rw 02, Menganti, Gresik

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul "Pengaruh Digital Marketing TikTok, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)" adalah benar benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 September 2025

Yang membuat pernyataan

A yellow rectangular official stamp with a red border. It contains the text 'METERAI TEMPEL' and a unique number 'DAAMX380787854'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Dwiki Reza Agusti

NPM : 21420087

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING TIKTOK, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (STUDI KASUS  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA  
KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh :

DWIKI REZA AGUSTI

NPM : 21420087

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Lestari, SE., MM

Tanggal, .....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, .....

**SKRIPSI**

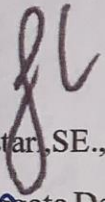
**PENGARUH DIGITAL MARKETING TIKTOK, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (STUDI  
KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Diajukan oleh :

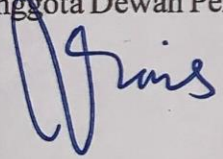
Dwiki Reza Agusti

NPM : 21420087

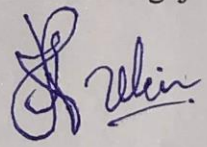
Pembimbing Utama

  
Lestari, SE., MM

Anggota Dewan Penguji

  
Evianah, SE., Msi

Ketua Dewan Penguji

  
Dijah Julindrastuti, SE., M.AK

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....

  
Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Ketua Program Studi

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak dapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dalam gelar akademik yang telah saya per oleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan berlaku.

Surabaya,.....

Yang Membuat Pernyataan

Dwiki Reza agusti

NPM : 21420087

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penelitian dan penulisan skripsi ini karena tanpa bantuan dan pertolonganNya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang penuh dengan cahaya keilmuan.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Untuk itu penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH DIGITAL MARKETING TIKTOK, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebanyakbanyaknya kepada :

1. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Diah Juliandrastuti, S.E.,M.AK. selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalaman kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu menyampaikan dan memberikan informasi kepada penulis.
7. Untuk laki-laki terbaik Ayahanda tercinta Afandi dan cinta pertamaku Ibunda tercinta Sutiasih. Terima kasih Ayahanda dan Ibunda yang telah memperjuangkan banyak hal untuk mengisi dunia penulis dengan penuh kebahagiaan. Terima kasih atas segala cinta, pengorbanan, nasehat dan doa-doa terbaik yang tidak pernah hentinya kalian berikan kepada penulis

sampai bisa berada di titik ini. Penulis sangat bersyukur atas keberadaan kalian dan terima kasih sudah menjadi orang tua yang terbaik.

8. Untuk Kakak penulis, Astrie Pratiwi Damayanti. Terima kasih untuk segala cinta, dukungan, doa dan nasihat kepada penulis selama menempuh Pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi Kakak yang luar biasa.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan nikmat, rahmat, karunia, dan memberikan perlindungan kepada setiap pihak yang terlibat. Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan yang telah dibuat oleh penulis dan hal-hal yang kurang menyenangkan. Penulis menyadari jika skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan untuk para pembaca.

Dwiki Reza Agusti

## **ABSTRAK**

Penelitian ini tertulis dalam menganalisis “Pengaruh Digital Marketing TikTok, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis universitas Wijaya kusuma Surabaya)”. Data yang dipergunakan yakni data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan responden yang berjumlah 88 orang. Metode dalam penelitian tertulis yakni metode kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Data diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS statistics. Hasil penelitian tertulis menunjukkan Pengaruh Digital Marketing TikTok, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis universitas Wijaya kusuma Surabaya) yakni variabel yang adanya pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Digital Marketing TikTok, Brand Image, Kualitas Produk, keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

This written research aims to analyze “The Influence of TikTok Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality on the Decision to Purchase Oppo Smartphones (A case study of students at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya).” The data used is primary data obtained through the distribution of questionnaires. The sampling technique used simple random sampling with 88 respondents. The method used in this written research is a quantitative method, and the data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The data was processed using IBM SPSS Statistics software. The results of the study indicate that the influence of TikTok Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality on the decision to purchase Oppo smartphones (a case study of students at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya) is a variable that has a dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: TikTok Digital Marketing, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

### Contents

|                                      |                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i                                   |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| PERNYATAAN ORISINALITAS.....         | ii                                  |
| KATA PENGANTAR.....                  | iv                                  |
| ABSTRAK.....                         | vii                                 |
| ABSTRACT.....                        | viii                                |
| DAFTAR ISI.....                      | ix                                  |
| DAFTAR TABEL .....                   | xii                                 |
| DAFTAR GAMBAR.....                   | xiv                                 |
| BAB I.....                           | 1                                   |
| PENDAHULUAN.....                     | 1                                   |
| 1.1    Latar Belakang Masalah .....  | 1                                   |
| 1.2    Rumusan Masalah.....          | 11                                  |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....        | 11                                  |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....      | 12                                  |
| 1.5    Sistematika Penulisan.....    | 12                                  |
| BAB II.....                          | 14                                  |
| Telaah Pustaka.....                  | 14                                  |
| 2.1.1  Pemasaran.....                | 14                                  |
| 2.1.2  Bauran Pemasaran.....         | 14                                  |
| 2.1.3  Digital marketing.....        | 16                                  |
| 2.1.4  Brand Image .....             | 20                                  |
| 2.1.5  Kualitas Produk.....          | 22                                  |
| 2.1.6  Keputusan Pembelian .....     | 25                                  |
| 2.3.1  Hipotesis.....                | 34                                  |
| BAB III.....                         | 36                                  |
| METODOLOGI PENELITIAN.....           | 36                                  |
| 3.1  Pendekatan Penelitian.....      | 36                                  |
| 3.2.2. Sampel .....                  | 36                                  |
| 3.2.2  Teknik Sampling.....          | 37                                  |
| 3.2.3  Menentukan Jumlah Sampel..... | 37                                  |

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3 Identifikasi Variabel .....                                                              | 38 |
| 3.4 Devinisi Oprasional variabel .....                                                       | 39 |
| 3.4.1 Digital Marketing Tik Tok (X1) .....                                                   | 39 |
| 3.4.2 Brand Image (X2) .....                                                                 | 41 |
| 3.4.3 Kualitas Produk (X3).....                                                              | 42 |
| 3.4.4 Keputusan Pembelian (Y) .....                                                          | 43 |
| 3.5.1 Jenis Data .....                                                                       | 44 |
| 3.5.2 Sumber Data .....                                                                      | 44 |
| 3.7.1 Uji Instrumen.....                                                                     | 46 |
| 3.7.2 Uji Model.....                                                                         | 47 |
| BAB IV.....                                                                                  | 48 |
| HASIL PENELIITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                       | 48 |
| 4.1 Gambaran Objek Penelitian.....                                                           | 48 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan.....                                                                | 48 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....                                                         | 49 |
| 4.2.1 Distribusi Lokasi Responden.....                                                       | 49 |
| 4.2.2 Karasteristik Responden .....                                                          | 49 |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                    | 52 |
| 4.3 Hasil Analisis Data .....                                                                | 53 |
| 4.3.1 Uji Instrumen.....                                                                     | 53 |
| 4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....                                                     | 57 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....                                                                | 58 |
| 4.3.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                                            | 61 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                        | 66 |
| 4.4.1 Pengaruh Digital Marketing TikTok Terhadap Keputusan Pembelian<br>Smartphone OPPO..... | 67 |
| 4.4.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO .                    | 67 |
| 4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO<br>.....         | 68 |
| BAB V.....                                                                                   | 70 |
| SIMPULAN DAN SARAN.....                                                                      | 70 |
| 5.1 Simpulan Penelitian.....                                                                 | 70 |
| 5.2 Saran Penelitian.....                                                                    | 71 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                                                             | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                         | 73 |

|               |    |
|---------------|----|
| LAMPIRAN..... | 75 |
|---------------|----|

## DAFTAR TABEL

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 <i>Research Gap</i> Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 6  |
| Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....       | 7  |
| Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 9  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                               | 28 |
| Tabel 3.1 Poin Pertanyaan Responden .....                                          | 45 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....                  | 49 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....                       | 50 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                           | 51 |
| Tabel 4.5 Kategori Masing-masing Variabel .....                                    | 53 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Digital Marketing TikTok .....                    | 54 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Brand Image.....                                  | 55 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....                             | 55 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....                         | 56 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.. .....                                          | 57 |
| Tabel 4.11 Uji Normalitas .....                                                    | 58 |
| Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas .....                                             | 59 |
| Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas .....                                            | 60 |
| Tabel 4.14 Uji Autokorelasi .....                                                  | 61 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....                                 | 61 |
| Tabel 4.16 Koefisien Regresi ( $R^2$ ) .....                                       | 63 |

|                  |         |
|------------------|---------|
| Table 4.17 Uji F | .....64 |
| Table 4.18 Uji T | .....65 |