

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI *SMARTPHONE* OPPO SERI A DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

JETENDRA ADLI HANDOKO
22012010276/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2026**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI *SMARTPHONE* OPPO SERI A DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

JETENDRA ADLI HANDOKO
22012010276/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI *SMARTPHONE* OPPO SERI A DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

JETENDRA ADLI HANDOKO
22012010276

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 21 Agustus 2026**

Pembimbing Utama

**Tim Penguji
Ketua**


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.
NIP. 196310091991032001


Dra. Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si
NIP. 196605161991032001

Anggota


Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**


Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.M., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Jetendra Adli Handoko
NPM : 22012010276
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis~~/~~Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



Jetendra Adli Handoko
NPM. 22012010276

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta kesehatan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Tak lupa, selawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, sosok teladan pembawa risalah kebenaran bagi seluruh umat manusia. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Adapun judul penelitian yang diangkat oleh penulis adalah “Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk Terhadap Mina Beli *Smartphone* OPPO Seri A di Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa kelancaran penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof.Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penulisan.
5. Ayah dan Ibu yang tidak pernah lelah menyertakan do'a dan memberikan dukungan penuh, baik secara moril maupun materiil, di setiap langkah perjalanan penulis.
6. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan yakni Syam, Fajar, Bintang, Shadam, Irfan, Juan, dan lainnya yang telah saling menguatkan, membantu, dan berjuang bersama melewati masa perkuliahan ini.

Penulis memanjatkan doa kiranya Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dan keikhlasan dari semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini. Di samping itu, penulis sepenuhnya menyadari bahwa karya tulis ini masih memiliki berbagai kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Surabaya, 11 April 2026

Jetendra Adli Handoko

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Tinjauan Teori.....	23
2.2.1 Manajemen Pemasaran	23
2.2.2 Persepsi Harga	24
2.2.3 Indikator Persepsi Harga	25
2.2.4 Inovasi Produk.....	26
2.2.5 Indikator Inovasi Produk	27
2.2.6 Minat Beli	28
2.2.7 Indikator Minat Beli	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	30
2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	32
2.4 Kerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional	35

3.1.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Jenis Data.....	42
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Uji Validitas dan Reanilitas	44
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Reabilitas	45
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	45
3.5.1 Teknik Analisis	45
3.5.2 Langkah-langkah PLS	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56
4.2 Karakteristik Responden	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	60
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X1)	61
4.3.2 Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X2)	63
4.3.3 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	65
4.4 Analisis Data.....	67
4.4.1 Model PLS	67
4.4.2 Pengujian <i>Outer Model</i>	68
4.4.3 Inner Model.....	74
4.4.4 Pengujian Hipotesis	75

4.5 Pembahasan	76
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	76
4.5.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga <i>Smartphone</i> OPPO Seri A dengan <i>Smartphone</i> lain.....	8
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Wilayah.....	60
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X1).....	61
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk (X2).....	63
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Beli (Y).....	65
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings</i>	69
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	71
Tabel 4.11 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 4.12 <i>Latent Variable Correlations</i>	73
Tabel 4.13 <i>R-Square</i>	74
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients</i> (<i>Mean, STDEV, T-Values</i>).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Seluler Aktif di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Berita Tentang Fenomena Kenaikan RAM.....	3
Gambar 1.3 Top Brand Index <i>Smartphone</i>	5
Gambar 1.4 Kenaikan Harga <i>Smartphone</i> OPPO Seri A.....	7
Gambar 1.5 Pendapat Warganet Tentang OPPO Seri A.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis PLS.....	47
Gambar 3.2 Diagram Jalur.....	49
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	86
Lampiran 2 Tabulasi.....	92
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	96

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* OPPO SERI A DI SURABAYA

Oleh

Jetendra Adli Handoko
22012010276/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga dan inovasi produk terhadap minat beli *smartphone* OPPO Seri A di Surabaya, di tengah persaingan industri *smartphone* yang semakin ketat serta tantangan yang muncul akibat keterbatasan komponen RAM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* terhadap 120 responden masyarakat Surabaya, yang dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan inovasi produk masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dengan kontribusi sebesar 62,2% terhadap variasi minat beli, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif persepsi harga dan semakin baik inovasi produk yang dihadirkan, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap *smartphone* OPPO Seri A di Surabaya.

Kata kunci: Persepsi Harga, Inovasi Produk, Minat Beli, OPPO