

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG DI KECAMATAN
INDRALAYA KABUPATEN OGAN ILIR**

Skripsi



Nama : Imam Khatibi

NIM: 212014428

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG DI KECAMATAN
INDRALAYA KABUPATEN OGAN ILIR**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH:

Nama : Imam Khatibi

NIM: 212014428

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

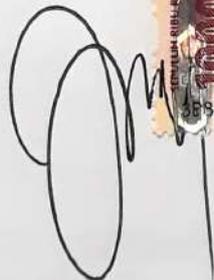
Nama : Imam Khatibi
NIM : 212014428
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, September 2021

Penulis



Imam Khatibi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK SAMSUNG DI
KECAMATAN INDRALAYA KABUPATEN
OGAN ILIR
Nama : IMAM KHATIBI
NIM : 212014428
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal

Pembimbing I

Dr. Maftuhah Nurrrahmi S.E., M.Si
NIDN: 0221036920

Pembimbing II

Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui, Dekan
dan Ketua Program Studi Manajemen

DR. Zahra Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO PERSEMBAHAN

“Jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.”

“Sahabat sejati adalah mereka yang mengerti masa lalu kamu, percaya dengan masa depanmu, dan mereka yang menerima kamu apa adanya”

“Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapatkan hidup yang mandiri “

*Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....*

Skripsi kupersembahkan kepada

- *Ayahanda dan Ibunda tercinta*
- *Saudara saudaraku*
- *Almamaterku*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel yaitu Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir terdapat 9 indikator dengan 60 sampel. Pada tehnik analisis penulis menggunakan tehnik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi.21.0.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada ayahanda Daryoto dan Ibunda Muslia tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. “ *Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil*”. Kakakku Rahman Mukti Aji serta adikku Naufal Hasan Sadeli

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu DR. Zaleha Trihandayani. S,E.,M.Si Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Mister Chandra. SE.,M.M Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si selaku Pembimbing penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Keluarga besar paket 10 yang telah membuat hari-hari penulis sangat indah di bangku perkuliahan.
8. Teman seperjuangan terima kasih buat bantuan dan dukungannya

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-

besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, September 2021

Penulis

(Imam Khatibi)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Kerangka Pemikiran.....	25

D. Hipotesis	25
--------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	28
C. Operasionalisasi Variabel	28
D. Populasi Dan Sampling	29
E. Data Yang Diperlukan	29
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
2. Uji Instrumen Data.....	45
3. Gambaran Karakteristik Responden	49
4. Gambaran Umum Jawaban Responden	51
5. Analisis Regresi Linier Berganda	62
6. Uji F	63
7. Uji t	64
8. Uji Koefisien Determinasi.....	65
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
1. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian...	66
2. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	67

3. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian...	69
--	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran	72

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Fenomena Harga.....	5
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel III.2 Kerangka Sampel.....	21
Tabel IV.1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel IV.2 Distribusi Responden berdasarkan Usia.....	47
Tabel IV.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel IV.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	49
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Produk.....	50
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Harga.....	51
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel IV.10 Jawaban Responden untuk Variabel Produk.....	58
Tabel IV.11 Jawaban Responden Variabel Harga.....	61
Tabel IV.12 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel IV.13 Hasil Uji F (Simultan).....	68
Tabel IV.14 Hasil Uji t (parsial).....	69
Tabel IV.15 Hasil Koefisien Determinasi.....	58

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Form Kuisisioner Pendahuluan Penelitian
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Pendahuluan
Lampiran 3	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Realibility
Lampiran 6	Nilai perhitungan hasil kuesioner
Lampiran 7	Jadwal penelitian

ABSTRAK

Imam Khatibi /212014428/ Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir .

Rumusan-rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini beralamatkan di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang, dengan tehnik analisis *Proportionate Stratified Random Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji F (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda yang didapat $Y=0,290+0,511X_1+0,443X_2+e$, untuk uji F didapat $F_{hitung} 43.973 > F_{tabel} (3.16)$ artinya ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya, untuk uji t variabel produk $t_{hitung} = 4,186 > t_{tabel} = 1,672$, artinya produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya. Uji t variabel harga diperoleh $t_{hitung}=3,648 > t_{tabel}=1,672$ artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya.

Kata Kunci : Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Imam Khatibi / 212014428 / The Influence of Products and Prices on Purchasing Decisions for Samsung Brand Mobile Phones in Indralaya District, Ogan Ilir Regency.

The formulations of the problem in this study are whether there is an effect of product and price on purchasing decisions for Samsung brand mobile phones in Indralaya District, Ogan Ilir Regency. This research is an associative research. The location of this research is located in Indralaya District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province. The sample in this study were 60 people, with the analysis technique of Proportionate Stratified Random Sampling. The data used are primary data and secondary data. Methods of data collection through questionnaires and documentation. The data analysis used was qualitative and quantitative analysis. The analysis technique uses multiple linear regression, F test (simultaneous) and t test (partial).

The results of tests that have been carried out from this study indicate that the results of multiple linear regression calculations obtained $Y = 0.290 + 0.511X_1 + 0.443X_2 + e$, for the F test obtained $F_{count} 43.973 > F_{table} (3.16)$ means that there is an effect of product and price on mobile purchasing decisions. Samsung brand in Indralaya District, for the product variable t test $t_{count} = 4.186 > t_{table} = 1.672$, meaning that the product partially affects the purchasing decision for Samsung brand mobile phones in Indralaya District. The t test for the price variable obtained $t_{count} = 3,648 > t_{table} = 1,672$, meaning that the price had an effect on the purchase decision for Samsung brand mobile phones in Indralaya District.

Keywords: Product, Price and Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pekembangan teknologi di zaman ini terus menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing dan daya tarik produk tersendiri. Untuk tetap dapat bertahan di dalam proses produksi kita selalu di tuntut untuk semakin bekerja keras, inovatif dan selalu kreatif. disisi ini konsumen dapat dihadapkan pada berbagai macam puluhan pilihan produk. Membuat produk yang bermutu dan disukai konsumen merupakan tantangan yang nyata bagi setiap perusahaan. Semakin cepatnya perubahan dan perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan sempit. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin maraknya bermunculan produk-produk baru dengan inovasi yang cerdas dan cemerlang.

Dunia bisnis yang semakin kompetitif ini di tanggap oleh sejumlah industri maupun perusahaan yang sudah ada pada level global atau yang ternama. Salah satunya adalah industry dalam bidang telekomunikasi. Dalam hal ini perusahaan harus memberikan produk yang berkualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, jika tidak konsumen akan segera beralih pada pesaing yang menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen. Lokasi merupakan suatu tempat dimana hasil produk perusahaan berada. Lokasi akan dapat ikut berperan dalam menentukan

kesuksesan suatu usaha karena lokasi akan berpengaruh terhadap besarnya pasar potensial yang akan dapat dicapai oleh suatu perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menawarkan produk-produknya dipangsa pasar sangat dipengaruhi oleh kemampuan konsumen dengan memahami perilaku konsumen itu sendiri agar dapat menawarkan produknya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian. Seiring dengan pertumbuhan *industry* telekomunikasi telah membawa dampak bagi munculnya bisnis baru yaitu berupa *handphone*.

Kemajuan di sektor teknologi informasi menyebabkan semua orang membutuhkan alat komunikasi telepon dengan menggunakan kabel dianggap tidak praktis dan efisien dan sekarang telah muncul teknologi komunikasi yang lebih praktis yakni *handphone*. Dengan adanya *handphone* lebih memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berkomunikasi karena selain lebih canggih juga dapat dibawa kemana-mana.

Mengikuti perkembangan teknologi, *handphone* juga dilengkapi dengan berbagai aneka ragam fitur pilihan seperti pemutar audio (MP3), Pemutar Video player, Kamera, Games, Dan layanan Internet. Dengan banyaknya fitur yang disediakan oleh *handphone* dan kemudahan dalam penggunaannya serta mudah di bawa kemana-mana apalagi bagi orang-orang yang mempunyai tingkat mobilitas yang tinggi, Menjadikan *handphone* dalam perkembangan beberapa dekade terakhir ini telah menjelma menjadi suatu alat telekomunikasi yang mutlak untuk dimiliki setiap semua orang. Dengan menggunakan keunggulan dalam bidang teknologi, Semakin menjadikan *handphone* salah

satu alat telekomunikasi yang paling cepat berkembang dan diminati oleh masyarakat di dunia. Perkembangan teknologi sudah menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan, Sebagai contohnya *Gadget* nama yang sudah tidak asing lagi bagi setiap orang yaitu *smartphone*.

Demikian halnya dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan mengenai *handphone* merek Samsung perlu rencana dan strategi yang cemerlang untuk dapat memenangkan persaingan bisnis di dunia telepon seluler ini.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:181) pada umumnya, keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai tetapi dua faktor bias berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:266) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisi, pengguna atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:67) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Beralih kesisi harga samsung mempunyai kelebihan dibandingkan dengan merek kompetitor yaitu kualitas yang terbukti baik serta layanan *service center* yang luas di seluruh wilayah Indonesia serta barang yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditawarkan apabila dilihat dalam jangka panjang. Menurut Kotler dan Armstrong (2013 : 345) Harga merupakan jumlah

nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga memegang peran penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga bukan hanya angka-angka dan hanya yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa rumah, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan dan gaji semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk membayar barang dan jasa.

Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Dibandingkan dengan perilaku konsumen lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan salah satu element perilaku konsumen yang mendatangkan pendapatan. Harga mempengaruhi posisi pesaing dan pangsa pasar pemasaran. Dampaknya, harga mempengaruhi pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Harga sangatlah berpengaruh dalam pembelian karena harga akan mempengaruhi penilain konsumen terhadap suatu produk.

Sekarang ini banyak sekali terdapat merek-merek *handphone* yang ditawarkan kepada masyarakat, dimana masing-masing merek *handphone* tersebut berusaha untuk membuat produknya terdepan dan paling unggul dibandingkan dengan merek lain yang mempunyai harga lebih murah dan spesifikasi lebih tinggi sehingga konsumen harus pintar dalam menentukan pilihan, dengan kata lain pihak produsen harus mampu merebut hati konsumen akan hasil produksi barang yang dijual dan berupaya untuk memuaskan

kebutuhan konsumennya. Tidak semua merek *handphone* yang diminati oleh sebagian besar konsumennya yang ada, tetapi hanya beberapa saja salah satunya ialah merek dari negara Korea Selatan yaitu Samsung.

Handphone merek Samsung sudah menjadi alat komunikasi sekaligus meningkatkan prestise bagi penggunanya, terutama bagi masyarakat di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir semakin meningkat terutama pengguna *handphone* merek Samsung.

Samsung juga memiliki kualitas produk yang sangat baik serta banyak fitur dan aplikasi yang digemari, desainya yang disukai serta menarik dan beberapa tipe merek.

Berikut Tabel Fenomena Harga :

Table 1.1
Fenomena Harga

Tipe	Harga
1.Samsung Galaxy A10	RP 1,339,000
2.Samsung Galaxy A20	RP 1,895,000
3.Samsung Galaxy A30	RP 2,300,000
4.Samsung Galaxy M31	RP 3,318,333

Sumber : www.situshp.com

Keputusan pembelian masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian, Pengambilan keputusan yang dilakukan untuk menetapkan keinginan akan barang yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara *alternative* merek. Hal ini menandakan bahwa dalam

pengambilan keputusan individu dihadapkan oleh berbagai alternatif pilihan dan dirinya diharuskan untuk memilih salah satu dari alternatif tersebut. sehingga keputusan membeli pada konsumen mencakup dua hal atau komponen, yaitu jadi membeli atau tidak jadi membeli. Di tahap evaluasi, konsumen menentukan produk apa yang hendak dibeli.

Keputusan pembelian *handphone* merek Samsung tidak terlepas dari daya tahan yang lama sehingga para konsumen tidak ambil pusing untuk menyervis *handphone* merek Samsung dalam waktu dekat, di tambah fitur yang menarik dan kesan kualitas yang membuat semua kalangan kagum akan keistimewaan *handphone* merek Samsung. Selain daripada itu, harga yang terjangkau juga menjadi alasan konsumen membeli *handphone* merek Samsung sangat terjangkau bagi mahasiswa untuk memiliki *brand handphone* Samsung, ditambah lagi *handphone* Samsung sering memberikan potongan harga dan type yang ditawarkan untuk semua kalangan tidak mengurangi kualitas *handphone* Samsung yang mejadi *leader market*.

Meningkatnya pembelian *handphone* merek Samsung di kalangan masyarakat Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir di pengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mengetahui penyebabnya lebih lanjut maka dilakukan pra riset tentang pendapat responden terhadap *Handphone* merek Samsung. Jawaban responden ditampilkan dalam tabel berikut:

Table 1.2
Data Alasan Memilih *Handphone* Merek Samsung

No	Indikator	Jumlah(Org)
1	Produk <i>Handphone</i> cocok untuk seluruh lapisan masyarakat	8
2	<i>Handphone</i> Merek Samsung dapat dikenal oleh semua lapisan masyarakat	10
3	Harga yang ditawarkan <i>Handphone</i> Samsung bisa di jangkau oleh seluruh lapisan masyarakat	10
4	<i>Sparepart Handphone</i> Samsung banyak di jual	2
6	Iklan <i>Handphone</i> Samsung menarik.	3
5	Kemasan <i>Handphone</i> Samsung sangat elegan	2
Jumlah		35

Sumber : wawancara pra-riset 2020

Berdasarkan tabel I.2 diatas dapat diuraikan bahwa faktor yang paling dominan yang menyebabkan terjadinya pembelian *Handphone* Merek Samsung di kalangan mahasiswa yaitu faktor produk dan harga. Pada produk *Handphone* Merek Samsung memiliki daya tahan yang lama di banding merek *Smartphone* lainnya, kemudian pada fitur kemasan cukup menarik sehingga digemari oleh semua kalangan, baik wanita maupun pria di tambah kesan kualitas yang tahan lama membuat para masyarakat cukup berhemat dikarenakan *Handphone* Merek Samsung jarang sekali rusak.

Pada faktor harga nampak pada jangkauan harga yang bisa di jangkau oleh para mahasiswa untuk memiliki *Handphone* Merek Samsung dengan tipe tertentu, kemudian *Handphone* Merek Samsung juga sering sekali mengadakan diskon harga di setiap promosi tipe keluaran terbaru maupun

keluaran lama, di samping itu juga faktor lainnya adalah walaupun *Handphone* Merek Samsung dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan harga yang relatif murah namun tidak menjadikan kualitas barangnya rendah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir ?
2. adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir ?
3. adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.
2. Untuk mengetahui Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.
3. Untuk mengetahui Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh bagi beberapa pihak penelitian mengenai Pengaruh produk dan Terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Samsung di Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktik dari teori yang selama ini diperoleh diperkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan refrensi bagi kajian peneliti selanjutnya apabila melakukan penelitian dengan topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Danang, Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Evi, Kurniawat. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Surabaya*. Jurnal Manajemen Branchmark Vol 3 Issue 3, 2017.
- Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 12*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- M.Iqbal, Hasan (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mursid, M. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Titik, Wijayanti. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia

Ujang, Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Valentine, Parengkuan. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado*. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1792-1802.

<https://www.topbrand-award.com/>

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2019_fase