PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRINTER SAMSUNG DI KECAMATAN INDRALAYA

Skripsi

Nama : Vivi Anggraini

Nim : 212018244

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2022

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRINTER SAMSUNG DI KECAMATAN INDRALAYA

Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada

Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Skripsi

Nama : Vivi Anggraini

Nim : 212018244

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Vivi Anggraini
NIM	: 212018244
Tempat/Tanggal lahir	:10-12-1999/ Lubuk Linggau
Perguruan Tinggi	: Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul pengaruh produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian printer Samsung di kecamatan Indralaya bebas dari plagiarisme dan bukan hasil dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari makalah dan karya ilmiah dari hasil-hasil penelitian tersebut terdapat indikator plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Palembang, Febuari 2022

Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL

ED70BAJX612392565

Vivi Anggraini

ii

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi	: Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya
Nama	: Vivi Anggraini
NIM	: 212018244
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Kosentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si	**Nadia Afrilliana, S.E., M.Si**
NIDN : 0216057001	**NIDN : 0219048501**

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Trihandayani,S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

iii

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

AKREDITASI :

INSTITUSI PERGURUAN TINGGI (UMP)	Nomor : 330/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2018	(B)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)	Nomor : 1189/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019	(A)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)	Nomor : 270/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/I/2021	(B)

Website : feb.um-palembang.ac.id Email : humas.feb@um-palembang.ac.id

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Fax. (0711) 518018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Hari/Tanggal	: Selasa, 08 Maret 2022
Waktu	: 08.00 s/d 12.00 WIB
Nama	: Vivi Anggraini
NIM	: 212018244
Program Studi	: Manajemen
Bidang Skripsi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya

TELAH DIPERBAIKI DAN DIPERSETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	Dr.Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si	Pembimbing I	25-3-2022	
2.	Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si	Pembimbing II	25-3-22	
3.	Dr.M.Idris, S.E.,M.Si	Ketua Penguji	19-3-22	
4.	Wani Fitriah, S.E.,M.Si	Anggota Penguji I	21-3-'22	
5.	Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si	Anggota Penguji II	25-3-22	

Palembang, Maret 2022
Mengetahui,
u.b Ketua Program Studi Manajemen

Dr.Zaitun Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN/NBM : 0229057501

ISLAMI & UNGGUL

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S.Ar Rad : 11)

Halaman Persembahan :

Saya ucapkan puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat-Nya dan paetunjuk-Nya dalam penyusunan skripsi ini

Teriring rasa terimakasih dan ketulusan, karya istimewah ini saya persembahkan sebagai ungkapan pengabdian cinta yang tulus dan penuh kasih teruntuk :

1. Kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Aljan dan Ibu Lesi Sumanti yang selalu memberikan kasih sayang, support, pengorbanan bapak ibu selama ini, doa-doa yang terus mereka panjatkan serta motivasi yang terus mereka berikan dengan penuh rasa sabar terus membimbing saya sehingga dapat memberikan saya kekuatan untuk terus berjuang.
2. Kedua saudara saya tercinta, Adik perempuan saya Elya Pustika dan Adik Laki-laki saya M. Anan Aleskia terimakasih atas dukungan, kasih sayng dan doanya.
3. Almamater Tercinta.

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRINTER SAMSUNG DI KECAMATAN INDRALAYA

Penelitian ini merupakan penelitian Assosiatif yang dilaksanakan di Kecamatan Indralaya pada bulan Januari hingga Febuari 2022. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan printer yang berdomisili di Kecamatan Indralaya. Sampel diambil dengan menggunakan tenik *Purposive Sampling* . data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Printer Samsung, sedangkan variabel bebasnya adalah Prdouk, Harga dan Promosi. Analsis data dilakukan dengan metode Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh positif variabel produk terhadap keputusan pembelian printer samsung; (2) Ada pengaruh positif variabel harga terhdap keputusan pembelian printer Samsung; (3) Ada pengaruh Positif terhadap keputusan pembelian printer Samsung; (4) Ada pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung. Faktor Produk, Harga dan Promosi mempunyai pengaruh sebesar 96,45% terhadap keputusan pembelian printer Samsung, sedangkan sisanya 3,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICES AND PROMOTIONS ON THE PURCHASE DECISION OF SAMSUNG PRINTERS IN INDRALAYA DISTRICT

This research is an associative research conducted in Indralaya District from January to February 2022. The population of this research is all consumers who use printers who are domiciled in Indralaya District. Samples were taken using *purposive sampling* . data were collected using a questionnaire. The dependent variable in this study is the Samsung Printer Purchase Decision, while the independent variables are Product, Price and Promotion. Data analysis was carried out using the Multiple Linear Regression method.

The results of the study show that: (1) There is a positive effect of product variables on purchasing decisions for Samsung printers; (2) There is a positive effect of the price variable on the purchase decision of Samsung printers; (3) There is a Positive influence on the purchase decision of Samsung printers; (4) There is an effect of Product, Price and Promotion on Samsung Printer Purchase Decision. Product, Price and Promotion factors have an influence of 96.45% on the purchase decision of Samsung printers, while the remaining 3.6% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Product, pricing, promotions, purchaising decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung Di Kecamatan Indralaya".

Penulisan skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana manajemen, Program Studi Manajemen bidang keahlian khusus manajemen pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan sini dapat dilaksanakan dengan baik atas bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M ., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang yang memberikan kesempatan pada penulis untuk memperoleh pendidikan terbaik selama kuliah diUniversitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom, DS.,S.E.,M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si Ketua program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Dr. Maftuha Nurrahmi, S.E.,M.Si., Dosen Pembimbing I, yang telah memberiakan pengarahan dan dorongan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

5. Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si., Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan pengarahan dan dorongan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

6. Kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Aljan dan Ibu Lesi Sumanti yang selalu memberikan kasih sayang, support, pengorbanan bapak ibu selama ini, doa-doa yang terus mereka panjatkan serta motivasi yang terus mereka berikan dengan penuh rasa sabar terus membimbing saya sehingga dapat memberikan saya kekuatan untuk terus berjuang.

7. Kedua saudara saya tercinta, Adik perempuan saya Elya Pustika dan Adik Laki-laki saya M. Anan Aleskia terimakasih atas dukungan, kasih sayng dan doanya.

8. Kepada sahabat- sahabat saya Merista Eryuda, Adinda Nurzami, Ades Ayunanda dan Dini Wulandari yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya kepada saya.

9. Kepada Teman-teman Seperjuangan saya CM-18 yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya.

10. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teriring doa semoga bantuan dan amal kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapatkan bantuan dan amal kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapatkan imballan pahala, dan ridho dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Palembang, Febuari 2022

Vivi Anggraini

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i

Halaman Judul i

Halaman Bebas Plagiat ii

Halaman Tanda Pengesahan iii

Halaman Persembahan dan Motto iv

Abstrak v

Kata Pengantar vii

Daftar Isi.....x

Daftar Tabel xii

Daftar Gambar.....xiv

Daftar Lampiran xv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN
, DAN HIPOTESIS 11

A. Kajian Pustaka 11

B. Kerangka Pemikiran.....30

C. Hipotesis 31

BAB III. METODE PENELITIAN.....32

A. Jenis Penelitian.....32

B. Lokasi Penelitian.....33
C. Operasionalisasi Variabel 33
D. Populasi dan Sampel 34
E. Data Yang Diperlukan 36
F. Metode PengumpulanData.....37
G. Analisis Data .39
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 50
A. Hasil 50
B. Pembahasan 79
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....84
A. Kesimpulan 84
B. Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Printer 6

Tabel 1.2 Hasil Prariset Penulis 7

Tabel III.1 Operasional Variabel 33

Tabel III.2 Jadwal Penelitian..... 48

Tabel IV.1 Uji Validitas 55

Tabel IV.2 Uji Reliabiitas 56

Tabel IV.3 Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58

Tabel IV.4 Karateristik Responden Berdasarkan Usia 59

Tabel IV.5 Karateristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 60

Tabel IV.6 Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 61

Tabel IV.7 Karateristik Responden Berdasarkan Pendapatan 62

Tabel IV.8 Karateristik Responden Berdasarkan Pilihan printer..... 63

Tabel IV.9 Variabel Keputusan Pembelian..... 64

Tabel IV.10 Variabel Prduk 66

TabelIV.11 Variabel Harga 68

Tabel IV.12 Variabel Promosi 70

Tabel IV.13 Analisis Regresi Linier Berganda 73

Tabel IV.14 Uji F..... 75

Tabel IV.15 Uji t 76

Tabel IV.16 Uj Koefisien Determinasi (R) 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Model Perlaku Kosumen.....13

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Surat Pernyataan Selesai Riset

Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 4 : Foto Copy Aktivitas Bimbingan

Lampiran 5 : Data dan Hasil Pengolahan Data

Lampiran 6 : Biodata Peneliti

Lampiran 7 : Sertifikat Pelatihan Pengolahan Data

Lampiran 8 : Hasil Cek plagiasi

Lampiran 9 : Sertifikat AIK

Lampiran 10 : Surat Keterangan BPP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

.Teknologi saat ini berkembang sejalan dengan perkembangan kehidupan manusia. Teknologi informasi telah membawa banyak perubahan dalam organisasi dan proses bisnis. Teknologi informasi sangat penting bagi organisasi yang dapat mendukung kinerja organisasi dan individu.

Teknologi informasi meliputi komputer (baik perangkat keras maupun perangkat lunak), berbagai peralatan elektronik kantor, peralatan pabrik, dan telekomunikasi (Mulyadi 2014: 21).

Teknologi informasi adalah penggunaan peralatan elektronik, khususnya komputer, untuk menyimpan, mempelajari, dan bertukar informasi dalam segala jenis, termasuk kata-kata, angka, dan gambar (Kadir dan Triwahyuni 2013:10).

Pemasaran adalah suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Pemasaran adalah identifikasi dan pemuasan kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik atau singkat dari

pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan (St anton dalam Tambajong 2013:1293).

Pemasaran melibatkan perumusan jenis produk yang diinginkan konsumen dan menghitung jumlah yang dibutuhkan untuk produk itu. Bagaimana Anda perlu mendistribusikan produk Anda ke konsumen dan berapa harga yang Anda butuhkan untuk produk Anda? Bagaimana cara mengiklankan produk tersebut kepada konsumen dan bagaimana mengatasi persaingan yang dihadapi perusahaan.

Salah satu kajian pemasaran adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian mempertimbangkan bagaimana orang mengidentifikasi kebutuhan mereka, membuat pilihan, dan membuat keputusan pembelian. Konsumen biasanya mempertimbangkan berbagai faktor seperti pilihan merek dan pilihan pengecer ketika memutuskan untuk membeli produk yang mereka butuhkan.

Keputusan pembelian adalah semua perilaku yang sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah 2013: 121).

Keputusan pembelian Anda dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, , teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, iklan, bukti fisik, orang, dan proses (Buchari Alma 2013: 96).

Produk dengan kualitas, performa dan inovasi terbaik, serta gaya dan desain yang menarik dalam satu produk akan lebih disukai oleh banyak konsumen dibandingkan produk yang kurang berkualitas, performa, inovasi dan desain serta model yang menarik. Hanya dengan begitu produk baru akan diterima dengan baik oleh konsumen dan tidak ada perasaan buruk tentang produk yang akan diperkenalkan ke pasar.

Produk adalah pemahaman subjektif produsen tentang sesuatu yang dapat disediakan sebagai upaya mencapai tujuan organisasi dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan serta daya beli pasar organisasi (Fandy Tjiptono 2015: 231).

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan (Kotler dan Armstrong 2012:290). Harga yang terjangkau tetapi kualitas yang baik akan disukai oleh konsumen, apalagi konsumen juga akan pergi untuk melihat dan membandingkan harga di tempat lain. Namun jika harga tinggi dan kualitas produk tidak sepadan dengan harga, maka konsumen akan merasa tidak enak terhadap produk tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Promosi adalah seni membujuk pelanggan dan calon pelanggan untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Mengenai promosi, Kotler & Keller (2016) mendefinisikan promosi sebagai aliran informasi atau persuasi satu arah yang ditujukan untuk mengarahkan seseorang atau organisasi ke tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, promosi selalu digunakan oleh perusahaan dan seringkali untuk mempromosikan produknya dilakukan dengan cara periklanan.bisa dilakukan dengan penawaran langsung atau (promotional sales), semakin menarik Semakin tinggi promosi suatu perusahaan maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Sebaliknya jika promosi yang ditawarkan tidak menarik atau bahkan tidak memiliki produk promosi, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli suatu produk tanpa adanya promosi yang membuktikan bahwa produk yang dijual berkualitas baik merek yang baik.

Penelitian mengenai keputusan pembelian dalam penelitian ini diimplementasikan pada produk printer Samsung. Printer Samsung merupakan salah satu merk printer yang ada dalam dunia printer. Printer Samsung sendiri di wilayah Indralaya masih belum banyak yang menggunakan printer Samsung ini, kebanyakan di Indralaya memkai merk Epson, Cannon dan Hp jarang sekali melihat masyarakat sekitar memakai

printer merk Samsung, dan juga di dalam Top Brand Indeks pada tahun 2021, 2020 printer Samsung berada pada urutan akhir secara berturut-turut. Hal ini lah yang akan di lakukan sebuah penelitian terhadap printer Samsung yang menjadi Top Brand Indeks terendah dari tahun ketahun.

Seiring perkembangan teknologi informasi yang sangat maju dan cukup pesat di Indonesia, hampir setiap orang memiliki printer sebagai alat untuk mencetak, maka keberadaan printer di dalam rumah sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. efektif secara sosial dalam mendukung proses kerja (Ameriana, dkk, 2020)

Printer adalah alat untuk mencetak gambar dan menulis di media kertas. Printer adalah perangkat keras yang terhubung ke komputer dan berfungsi untuk menghasilkan cetakan dari komputer , seperti di atas kertas, dalam bentuk teks atau gambar.

Sementara keberadaan printer sangat bermanfaat, ada masalah lain yang umum terjadi pada mesin cetak. Artinya, sering terjadi kerusakan pada mesin printer yang disebabkan oleh ketidaktahuan pengguna akan perawatan printer dan penggunaan yang berulang. Gejala umum kerusakan printer antara lain printer tidak mau hidup, warna tidak muncul, kertas tidak jatuh, dan cartridge tidak terbaca.. Merawat printer tidaklah sesulit kedengaranya, bahkan bisa dianggap mudah, dan jika perawatannya kita lakukan dengan benar, maka umur printer akan bertambah.

.

Saat ini printer sudah memiliki berbagai merk serta fasilitas-fasilitas pendukung yang ada didalamnya salah satu merk printer yang sering digunakan di Indralaya adalah merk Cannon, Hp dan Epson, tetapi di Indralaya jarang terlihat orang yang menggunakan printer merk Samsung. Peneliti bertanya kepada 30 orang. Ternyata hanya 5 orang yang memilih printer merk Samsung. Ketika ditanya lebih lanjut, keberatan untuk membeli atau memilih menggunakan printer merk Samsung itu di karenakan ada beberapa alasan.

Tabel I.1
Top Brand Printer

	TBI 2021	**BRAND**	**TBI 2020**
CANNON	38,4%	CANNON	35,9%
EPSON	23,3%	HP	18,5%
HP	19,0%	EPSON	17,3%
CASIO	5,3%	TOSHIBA	4,4%
SAMSUNG	3,7%	SAMSUNG	2,7%

Tabel I.2

Hasil Prariset Mengenai Printer Samsung

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
A	**Produk**		
1.	Mencetak foto tidak bisa maksimal	8	22
2.	Perawatan printer yang sulit	12	18
B	**Harga**		
1	Harga Printer Samsung tidak terjangkau	10	20
2	Harga printer Samsung sesuai dengan kuallitas	9	21
C	**Promosi**		
1	Promosi printer Samsung menarik	5	25
2	Sering melihat promosi printer Samsung di media sosial.	5	25
	Jumlah	30	

Sumber : Hasil Pra Riset di Kecamatan Indralaya, 2021

Tabel I.2 diatas menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang minat terhadap produk Printer Samsung. Berdasarkan hasil pra riset banyak konsumen yang berpendapat bahwa printer Samsung itu cetakan bewarna kabur, dan Perawatan printer yang sulit menggambarakan indikator variabel produk dalam menggunakan printer. Produk yang mudah digunakan

dan tidak ada kendala dalam penggunaan sebuah mesin printer lebih disukai konsumen dibandingkan produk yang terlalu banyak masalah membuat

pernyataan ini menjadi indikator baik atau tidaknya penilaian orang terhadap printer Samsung .

Pernyataan Harga tidak terjangkau dan harga tidak sesuai kualitas menggambarkan variabel harga (*price*). Mahal atau murahnya harga memang bersifat relative, tetapi secara umum penentuan harga yang lebih diterima /disukai konsumen merupakan harga yang lebih tepat.

Pernyataan Sering melihat promosi printer Samsung di media sosial dan promosi kurang menarik menggambarkan indikator variabel promosi. Promosi yang baik itu promosi yang bisa membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut dan promosi yang baik bukan hanya berasal dari media tetapi juga rekomendasi yang diterima konsumen dari orang lain. Makin banyak orang merekomendasikan dapat diartikan makin bagus manfaat printer yang dimaksud, demikian sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka akan menarik apabila dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis dapat pokok masalah sebagai berikut:

1. Adakah Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya?
2. Adakah Pengaruh Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya?
3. Adakah Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya?
4. Adakah Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Samsung di Kecamatan Indralaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

   Penelitian ini sebagai wahana latihan dan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang telah diperoleh diperkuliahan.

2. Manfaat bagi Alamamater / Universitas

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan bagi peneliti lain, khusunya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta

Asiati, Diah Isnaini, dkk 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri

Arga , Slamet. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Printer Merek Canono Di Duta Sarana Computer Surakarta. *Smooting.* Vol. 16. No. 2. https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smooting/article/view/451.

Daryanto 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa
Fandy Tjiptono 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta : Erlangga

Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 edisi 12. Jakarta : Erlangga

Kotler dan Keller 2014. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, inc.

Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing* (17th ed). New Jersey: Pearson Prentince Hall

Laksmi Desiyanyi, 2020. Analilsa Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.10.No1

Mustafa. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Printer Canon Pada Toko Dua Empat Print Kediri.Vol.1. No. 12. http://simki.unpkediri.ac.id/detail/13.1.02.02.0531.

Novera Kasanti, Anderson Wijaya , Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Enterpreneurship .Volume 04 Nomer 01*

Permadi, Eunike Ditha . 2020. Peran Citra Merek, Kualitas Produl, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Printer Epson Di Raja Ink Yogyakarta. http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/8986.

Rully Nasution. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Gwen Tekno Pratama (Printer Epson). http://repository.usbypkp.ac.id/id/eprint/454.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah 2013. *PerilakuKonsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono 2015. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet.

Tarmizi Gadeng, Tuwisna Tuwisna, Nadiatul Husna. 2020. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Printer Merk Epson Pada Toko Dunia Komputer Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)* . Vol. 10 No.1.

Taufan, Hidayat, 2020. Analisis Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen.* Vol 17.No.2 ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN | Hidayat | JURNAL ILMU MANAJEMEN (uny.ac.id)