

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK APPLE DI
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Adella Oktarina

NIM : 212018279

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK APPLE DI
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Adella Oktarina

NIM : 212018279

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adella Oktarina

NIM : 212018279

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Produk, Harga dan Citra Merek terhadap
Keputusan Pembelian Handphone Apple di Kecamatan
Seberang Ulu II Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juli 2022


Adella Oktarina


Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

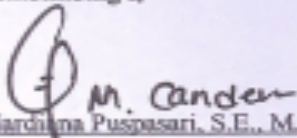
Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II
Kota Palembang

Nama : Adella Oktarina
Nim : 212018279
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

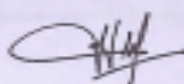
Diterima Dan Disahkan

Pada Tanggal, Juli 2022

an Pembimbing I,


M. Candan
Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN: 0226107001

Pembimbing II,

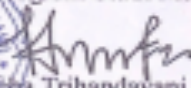

Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN: 0219048501

Mengetahui,

Dekan



Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Zulena Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

“It’s not always easy, but that’s life, be strong because these are better days ahead. Let’s walk slowly enjoying every step of the journey”.(MarkLee)

Persembahan

- ❖ *Papaku tercinta Syarif Irawan (Alm) dan Mamaku tercinta Amnah Dewi***
- ❖ *Terimakasih atas doa dan dukungannya, Love You...***
- ❖ *Kedua kakakku yang traying Andriansyah Rasidy dan Angga Pratama***
- ❖ *Para pendidik dan pembimbingku yang selalu ku hormati, terimakasih atas ilmu yang diberikan***
- ❖ *Teman- teman seperjuangan yang senantiasa saling mendukung dalam suka dan duka***
- ❖ *Almamater kebanggaanku...***



PRAKATA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan rahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul Pengaruh Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan serta motivasi dari beberapa pihak,

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si. dan Bapak Mister Chandra, S.E., M.Si., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Mardiana Puspasari., S.E., M.Si. dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si., selaku pembimbing dan pemberi arahan serta masukan yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada para responden di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, yang telah berkenan ikut serta dalam penelitian ini.
8. Kepada keluargaku terutama Papaku (alm) Syarif Irawan dan Mamaku Amnah Dewi yang telah banyak membantu baik dalam materi maupun non materi, memberikan doa, semangat dan memberikan nasehat.
9. Kepada kedua aak ku tercinta Andriansyah Rasidy dan Angga Pratama serta kedua kakak iparku Yuliana dan Amelia Feryna Bulan dini dan juga keempat keponakanku terima kasih telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ku ini.

10. Semua teman terbaikku yang selalu mendukung dan mensupport penulis dalam kondisi apapun.
11. Kepada Abang M terima kasih selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, serta inspirasi dan yang selalu ada di sepanjang ku menempuh sarjanaku hingga saat ini.

Semoga semua bantuan yang mereka berikan dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT. Penulis berharap semoga dari laporan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Amin.

Wassalamu'alaikum . Wr. Wb.

Palembang, Juli 2022

Adella Oktarina,
212018279

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS..	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Operasionalisasi Variabel.....	42
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Data yang Diperlukan.....	45
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Uji Instrumen.....	48
H. Analisis Data.....	49

I. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian.....	57
1. Gambaran Objek Penelitian.....	57
2. Gambaran Profil Responden.....	59
3. Gambaran jawaban responden.....	62
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. KESIMPULAN.....	83
B. SARAN.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	

HALAMAN DAFTAR TABEL

Tabel I. 1.....	7
Tabel II. 1.....	35
Tabel III. 1.....	42
Tabel III. 2.....	50
Tabel IV. 1.....	60
Tabel IV. 2.....	61
Tabel IV. 3.....	61
Tabel IV. 4.....	62
Tabel IV. 5.....	64
Tabel IV. 6.....	66
Tabel IV. 7.....	68
Tabel IV. 8.....	70
Tabel IV. 9.....	72
Tabel IV. 10.....	73
Tabel IV. 11.....	75
Tabel IV. 12.....	76
Tabel IV. 13.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Tabulasi Data

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji T dan Uji Determinasi

Lampiran 6 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 7 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 : Sertifikat Magang

Lampiran 9 : Sertifikat AIK

Lampiran 10 : Sertifikat SPSS

Lampiran 11 : Plagiarism Check

Lampiran 12 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Adella Oktarina /212018279/ Pengaruh Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Handphone Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan adalah produk, harga, dan citra merek yang dihubungkan dengan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, yang bersifat infinite. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik *Insidental Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Citra Merek secara simultan dan signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone merek Apple. Dalam uji parsial variabel Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, sedangkan variabel Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Produk, Harga Dan Citra Merek

ABSTRACT

Adella Oktarina /212018279 / Influence of Products, Prices and Brand Images on Apple Brand Mobile Purchase Decision in Seberang Ulu II District, Palembang City.

The purpose of this study is to find out the influence of products, prices, and brand image has an influence on consumer purchasing decisions on Apple Mobile products in Seberang Ulu II District, Palembang City.

This type of research is associative. The variables used are the product, price, and brand image associated with the purchase decision. The population in this study is the community in Seberang Ulu II subdistrict Palembang City, which is INFINITE. A sample taken of 100 people was taken using Incidental Sampling technique. The data used in this study were primary data with data collection techniques through questionnaires. Furthermore, data analysis techniques use quantitative analysis and multiple linear regression analysis.

The results of this study show that simultaneous and significant Brand Price and Image affect Apple's Mobile Phone Purchase Decision. In the partial test the Price and Brand Image variables had a positive effect and significant to Apple's Mobile Phone Purchase Decision in Palembang City's Seberang Ulu II District, while Product variables do not have a significant effect on Apple Brand Phone Purchase Decision in Palembang City's Seberang Ulu II District.

Keywords: Purchase Decisions, Products, Prices And Brand Images

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi serta tingkat persaingan di dunia perdagangan sangat ketat, teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan manusia saat ini, teknologi digunakan sebagai pekerjaan, hiburan, dan alat berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan berlomba-lomba dan bersaing untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan memperluas pasarnya.

Pemasaran merupakan upaya perusahaan untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan angka penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Tanpa adanya sebuah proses pemasaran, maka pasar tidak akan tahu terhadap produk atau jasa yang kita buat.

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:72).

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu

untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan, perusahaan harus mengembangkan, menghasilkan, serta menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan sedemikian rupa.

Pada umumnya konsumen membeli handphone untuk mempermudah kehidupan sehari-harinya. Setiap handphone memiliki perangkatnya masing-masing yang mungkin berbeda dengan handphone lainnya.

Handphone berbeda dengan telpon kabel, handphone memiliki banyak perangkat didalamnya sedangkan telpon kabel hanya bisa menelpon dan menerima telpon saja, handphone memiliki akses internet untuk mempermudah manusia dalam berkomunikasi tanpa mengeluarkan biaya yang mahal dan dengan menggunakan internet manusia bisa melakukan panggilan video jarak jauh, berkirim pesan dengan mengirim gambar, dan lain sebagainya.

Hal ini tentu merupakan hal yang umum dilakukan oleh perusahaan untuk menghadirkan produk yang disukai oleh konsumen. Untuk itu perusahaan diharapkan mampu mewujudkan hal tersebut demi mendapatkan pengakuan dalam pasar, agar terwujudnya tujuan dari perusahaan.

Sebelum memasarkan produknya perusahaan diharuskan melakukan riset terlebih dahulu ke dalam pasar sebelum memasarkan produknya ke konsumen agar dapat mewujudkan tujuan dan sasaran yang diinginkan oleh perusahaan.

Untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, kualitas yang bermutu, dan inovasi yang menarik untuk membuat konsumen menjadi loyal dalam membeli produk dari merek perusahaan. Perusahaan diharapkan mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini maupun yang akan datang.

Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu. Perilaku konsumen tersebut merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Pada dasarnya konsumen produk handphone tidak hanya mengharapkan produk handphone tersebut menampilkan kesan yang mewah, tetapi konsumen mengharapkan produk handphone yang lebih berinovasi, berkualitas, canggih, mudah ditemukan dan harga yang bersahabat atau murah.

Hal ini tentu merupakan hal yang umum dilakukan oleh pebisnis untuk menghadirkan produk yang disukai konsumen. Untuk itu perusahaan diharapkan mampu mewujudkan hal tersebut demi mendapatkan pengakuan dalam pasar, agar terwujudnya tujuan dari perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah produk. Produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Stanton (dalam Dr. Meithiana Indrasari 2019:26). Produk yang mempunyai kualitas yang baik dan inovasi menarik dalam sebuah produk akan lebih disukai konsumen, dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki kualitas dan inovasi yang menarik. Dengan adanya hal tersebut, maka produk akan diterima dengan baik oleh konsumen dan tidak ada persepsi buruk terhadap produk yang nantinya akan dipasarkan ke konsumen.

Selain faktor produk, juga ada faktor harga yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler & Amstrong (2014). Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan dalam pembelian sebuah produk. Harga yang murah dengan kualitas yang baik akan lebih disukai konsumen. Namun, jika harga tinggi dan kualitas yang dimiliki produk tersebut tidak sebanding dengan harga pada produk tersebut, akan mempengaruhi

konsumen untuk memberikan penilaian yang buruk terhadap produk tersebut.

Kemudian selain faktor produk dan faktor harga, faktor merek juga mempengaruhi perilaku konsumen. Merek adalah identitas dari suatu produk yang tak hanya membedakannya dari produk pesaing, Merek yang diingat mempunyai kesan tersendiri dihati para konsumen dan akan lebih meyakinkan untuk melakukan pembelian. Kotler dan Amstrong (2013:283). Produk yang sudah memiliki nama brand yang tidak asing bagi konsumen akan memiliki persepsi yang berbeda pada kalangan konsumennya. Namun, jika produk belum mempunyai nama brandnya sendiri maka akan memiliki penilain berbeda.

Apple merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perangkat keras dan lunak, diantaranya perangkat keras yang dibuat oleh Apple adalah iPhone. iPhone merupakan smarthphone buatan Apple pertama kali, yang diluncurkan tahun 2007. iPhone mencoba masuk di pasar dengan konsep yang berbeda, bisa dilihat dari aspek harga, promosi dan kualitas produk tersebut. iPhone yang sekarang bisa dikatakan memiliki citra merek yang khas, karena menggunakan system informasi yang khas.

iPhone dirancang dengan sistem operasi yang berbeda dengan smartphone lain, dan hanya produk dari Apple yang meggunakan OS sendiri atau yang disebut IOS, ini 3 menjadi nilai plus tersendiri untuk perangkat Apple, karena dengan menggunakan OS sendiri, maka

perangkat yang diproduksi akan bekerja sangat berbeda dengan handphone android tidak hanya itu, OS dari Apple hanya bisa digunakan khusus untuk produk mereka saja, berbeda dengan android yang membiarkan berbagai produk bisa menggunakan OS yang mereka miliki.

Penurunan iPhone dikarenakan banyaknya pesaing yang menawarkan harga yang lebih murah juga berkualitas dan munculnya brand-brand Android baru yang memiliki kualitas yang hampir sama dengan harga yang lebih murah.

Ada kejenuhan dalam ciri khas yang dimiliki oleh perusahaan iPhone membuat konsumennya beralih ke merek lain yang menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, karena adanya iPhone *Refurbished* dan bekas luar negeri atau iPhone *ex-international* yang beredar dipasaran membuat perusahaan Apple mengalami penurunan konsumen.

Ada beberapa alasan kenapa iPhone kurang disukai oleh konsumen, diantaranya :

Tabel I. 1
Alasan iPhone kurang disukai konsumen

No	Pernyataan	Jumlah (orang)
1	Tidak memiliki penyimpanan <i>eksternal</i>	6
2	Baterai cepat habis	7
3	Harga terlalu mahal	7
4	Harga akan jatuh jika dijual kembali	4
5	Merek produk mudah ditiru pesaing	3
6	Brand tidak mampu masuk ke gaya hidup konsumen menengah ke bawah	3
jumlah		30

Sumber : wawancara pra riset, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada Smartphone bermerek Apple di kalangan masyarakat. Permasalahan ini dapat terjadi dikarenakan banyaknya kekurangan pada brand ini yang mengakibatkan brand ini terus mengalami penurunan pembelian.

Pada pernyataan tidak memiliki penyimpanan *eksternal* dan baterai cepat habis menggambarkan variabel produk. Produk yang mudah memiliki penyimpanan *internal* dan *eksternal* lebih disukai konsumen karena dapat memuat banyak file di dalamnya dibandingkan produk yang hanya memiliki satu penyimpanan saja. Dan juga baterai yang tahan dipakai seharian juga menambah nilai positif bagi konsumen dibandingkan dengan produk yang mudah habis baterai.

Pada pernyataan harga terlalu mahal dan harga akan jatuh atau mejadi murah jika di jual kembali, menggambarkan variabel harga. Mahal atau murahnya harga bersifat relatif, tetapi secara umum penentuan harga yang lebih diterima atau disukai konsumen merupakan harga yang lebih tepat dan sebanding dengan kualitas yang diberikan.

Pada pernyataan merek produk mudah ditiru pesaing dan brand tidak mampu masuk ke gaya hidup konsumen menengah kebawah menggambarkan variabel citra merek. Produk yang sudah memiliki nama sendiri akan dikenal di kalangan konsumen, perusahaan hendaknya mengeluarkan produk hasil pemikirannya sendiri daripada mengambil ide dari produk lain dan mengganti nama perusahaannya dengan nama perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai, Pengaruh Produk, Harga

dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
3. Adakah pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat menambah pengetahuan sebagai bakat dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

2. Manfaat bagi almamater

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan dan referensi bagi semua pihak Universitas Muhammadiyah Palembang, Khususnya pada bidang Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, Diah. Isnaini (2019) . *Metodologi. Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi.*
- Kotler, Philip 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler., dan Keller. (2016). *Marketing Management.15e*, Boston, Pearson Education.
- ____, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition,. Pearson Education,Inc.
- Meithiana, Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo Plus.
- Sentot, dkk. (2018). *Pengantar Bisnis.* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: ALFABETA,cv.
- Tjiptono, F. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Thamrin Abdullah & Francis Tantri (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 1-Cetakan 8).* Depok: Rajawali Pers
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- Tjiptono dan Gregorious, 2012. *Pemasaran Strategi.* Yokyakarta: Andi
- Triwahyuni, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri. *Jurnal. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantar PGRI Kediri.*
http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/12.1.02.02.0084.pdf
- Adaming, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ponsel Iphone (Studi Pada*

Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
<http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/15436>

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52-58.
<http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>

Pranatalion, R., Tjahjono, E., & Mulyati, D. Y. (2016). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android Samsung. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 2(2).
<https://doi.org/10.30996/jdab.v2i2.2149>