

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PROSES TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU XL PERDANA DI DESA BUMI  
AGUNG KECAMATAN LEMPUING KABUPATEN OGAN KOMERING**

**ILIR**



**SKRIPSI**

**Nama : Samsul Bahri**

**NIM : 212018089**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBENG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PROSES TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA XL DI DESA BUMI  
AGUNG KECAMATAN LEMPUING KABUPATEN OGAN KOMERING  
ILIR**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memproleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**SKRIPSI**

**Nama : Samsul Bahri**

**NIM : 212018089**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Samsul Bahri  
NIM : 212018089  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Perdana Di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran 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, Juni 2022

  
Samsul Bahri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul: Pengaruh Harga, Promosi, dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian  
Kartu XL Perdana Di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten  
Ogan Komering Ilir

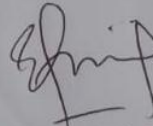
Nama : Samsul Bahri  
NIM : 212018089  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal  
Pembimbing II,

Pembimbing I,




**Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.**  
NIDN: 0207046301



**Ervita Safitri, S.E., M.Si.**  
NIDN: 0225126801

Mengetahui,  
Dekan  
u.b Ketua Program Studi Manajemen



  
**Dr. Zulcha Trihandayani, S.E., M.Si.**  
NIDN: 0229057501

***Motto:***

“ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah  
hingga ia Kembali”

(HR Tirmidzi)

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan  
melihat (balasan)nya.

(Q.S Al-Zalzalah ayat 7)

***Persembahan:***

1. Bapak dan Ibuku tercinta Bapak Sabar dan Ibuk Maryati
2. Saudaraku Saiful Anwar
3. Saudariku Maryamah

## PRAKATA



**Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.**

Alhamdulillahrabbi'l'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian.** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya. Selain itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, Bapak (Sabar) dan Ibu (Maryati) yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang paling baik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Marhom DS, S.E. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi, Bapak Mister Candra.S.Pd.,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M dan Ibu Ervita Safitri, S.E.,MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Wani Fitriah, S.E, M.Si dan Bapak Dr. Fadhil Yamaly, S.E, M.Si selaku penelaah yang telah memberikan saran dalam penyusunan skripsi
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Responden Masyarakat Desa Bumi Agung yang telah membantu mengisi kuesioner sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M.M selaku Pembimbing Akademik
9. Teman terdekatku Kiki Wahyuni. Sahabat ngerom Triadi Prastyo, Maulana Adi Saputra, Milani Badja, Bagus Anugrah. Teman seperjuangan Dandi Isnuarsyah, Rhama Arya Kusuma.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

**Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot**

**Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.**

Palembang, Agustus, 2022

Samsul Bahri

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Motto dan Persembahan .....	v
Halaman Prakata .....	vi
Halaman Daftar Isi .....	ix
Halaman Tabel .....	xi
Halaman Lampiran.....	xii
Halaman Abstrak.....	xii

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8

### **BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA**

#### **PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya .....	18
C. Kerangka Pemikiran .....	22
D. Hipotesis.....	25

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian .....	27
C. Operasionalisasi Variabel.....	28
D. Populasi Dan Sampling .....	29
E. Data Yang Diperlukan.....	31



F. Metode Pengumpulan Data .....	31
G. Analisis Data .....	32
<b>BAB IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	39
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	64
B. Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Indks .....	4
Tabel I.1 Alasan Masyarakat Tidak Memilih Kartu XL Perdana .....	5
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	28
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pengguna Kartu XL .....	44
Tabel IV.5 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	45
Tabel IV.6 Distribusi Variabel Harga(X1).....	47
Tabel IV.7 Distribusi Variabel Promosi (X2).....	48
Tabel IV.8 Distribusi Variabel Proses (X3).....	50
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel IV.10 Uji F .....	54
Tabel IV.11 Uji T.....	55
Tabel IV.5 Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	69
Lampiran 2 Kuesioner .....	70
Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden .....	73
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	83
Lampiran 6 Uji F dan Uji T.....	84
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Lampiran 8 Tabel R .....	86
Lampiran 9 Tabel F.....	87
Lampiran 10 Tabel T.....	88
Lampiran 11 Sertifikat Komputer .....	
Lampiran 12 Sertifikat AIK .....	
Lampiran 13 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset .....	
Lampiran 14 Sertifikat SPSS .....	
Lampiran 15 Plagiarsm Checker .....	
Lampiran 16 Biodata Penulis .....	

## ABSTRAK

### **Samsul Bahri /212018089/2022/Pengaruh Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Perdana/ Manajemen Pemasaran**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh Harg, Promosi dan Proses Terhadap keputusan pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung, 2) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung, 3) Untuk mengetahui pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung,, 4) Untuk mengetahui pengaruh Proses Tethadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung,, Penelitian ini dilakukan di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir. Variabel dalam penelitian ini Keputusan Pembelian (Y) Harga (X1), Promosi(X2) dan Promosi (X3). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 150 responden yang diambil menggunakan teknik *snow ball sampling*, Data yang digunakan data Primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, Teknik Penelitian yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) Terdapat pengaruh signifikan Harga, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung, 2) Terdapat pengaruh signifikan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung, 3) Terdapat pengaruh signifikan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung, 4) Terdapat terdapat pengaruh signifikan Proses Terhadap Keputusan Pembelian kartu XL di Desa Bumi Agung.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian Harga, Promosi Proses

### **ABSTRAK**

#### **Samsul Bahri /212018089/2022/Influence of Price, Promotion and Process on Decision to Purchase XL Perdana Card/Marketing Management**

The purposes of this study are 1) To determine the effect of Price, Promotion and Process on XL card purchasing decisions in Bumi Agung Village, 2) To determine the effect of Price on XL card purchasing decisions in Bumi Agung Village, 3) To determine the effect of Promotion on Card Purchase Decisions. XL in Bumi Agung Village,, 4) To determine the effect of the Process on the Decision to Purchase XL cards in Bumi Agung Village,.. This research was conducted in the village of Bumi Agung, Lemembu Subdistrict, Ogan Komering Ilir Regency. The variables in this study are Purchase Decisions (Y) Price (X1), Promotion (X2) and Promotion (X3). The number of samples in this study were 150 respondents who were taken using the snow ball sampling technique, the data used were primary data with the data collection method using a questionnaire, the research technique used was multiple linear regression. The results showed 1) There was a significant effect of price, promotion and process on the decision to purchase XL cards in Bumi Agung Village, 2) There was a significant influence of price on the purchasing decisions of XL cards in Bumi Agung Village, 3) There was a significant effect of promotion on card purchasing decisions. XL in Bumi Agung Village, 4) There is a significant influence of the Process on the Decision to Purchase XL cards in Bumi Agung Village.

**Keywords:** Purchase Decision, Price, Promotion, Process

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang Masalah**

Pemasaran merupakan suatu faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam suatu proses penjualan. Menurut Rusydi Abubakar (2018: 3) pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dapat dilakukan oleh perusahaan sebagai proses penyampaian barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, dan pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang akan dibuat, menetapkan harga produk yang telah dibuat, menentukan cara-cara promosi, dan penyaluran produk tersebut. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu keputusan pembelian. Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Rusydi Abubakar (2018:82) perilaku konsumen adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan mempergunakan barang, jasa dan gagasan yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan konsumen dalam membeli produk berupa barang atau jasa mempunyai tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Salah satu topik perilaku konsumen adalah keputusan pembelian menurut (Kotler dan Armstrong (2017:180) keputusan pembelian adalah keputusan pembelian tentang merk mana yang dibeli. konsep buran pemasaran terdiri dari

4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang di perluas marketing mixnya itu orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*), sehingga menjadi (7P). ketujuh unsur tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler dan Armstrong, 2016:62)

Harga menurut Rusydi Abubakar (2018:40) adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah mata uang yang harus dikeluarkan atau dibebankan konsumen untuk mendapatkan suatu hak kepemilikan barang yang akan dibeli yang bisa mempengaruhi sebuah keputusan pembelian bagi konsumen.

Selain harga, promosi juga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Menurut Tjiptono (2015:387) Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merk dan produk perusahaan. Promosi sangat akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen atau pelanggan dengan adanya peromosi yang menarik atau tidak menyebabkan keputusan pembelian terhadap pelanggan. Selain promosi proses juga mempengaruhi sebuah keputusan pembelian .

Selain harga dan promosi, Proses juga mempengaruhi keputusan pembelian Menurut Rusydi Abubakar (2018:102), menyatakan bahwa proses

merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya dari prosedur actual, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas hal-hal yang rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana proses bisa menentukan minat beli. Proses juga bisa dikatakan sebagai sarana aktivitas yang diperguna oleh layanan sebuah produk yang akan di pakai bagi pelanggan

Banyak orang saat ini menggunakan kartu perdana internet di bandingkan kartu Prabayar biasa di mulai dari orang dewasa maupun muda kartu perdana yaitu kartu dari operator seluler yang baru pertama digunakan atau di beli dan bukan kartu sudah pakai atau bisa dikatakan kartu bekas. Sedangkan kartu perdana internet yaitu berkaitan erat dengan telepon seluler yang merupakan kebutuhan pokok manusia saat ini. Banyaknya paket data internet yang ada membuat para konsumen atau pelanggan tidak hanya menggunakan satu kartu saja seperti kartu Simpati, IM3, AS, Tri dll. Dikarenakan pelanggan menginginkan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik saat digunakan berkomunikasi. Sehingga banyak pelanggan yang banyak sekali bergonta -ganti operator demi mendapatkan komunikasi yang baik.

Bisnis yang ketat pada perusahaan yang memberikan pelayanan jasa komunikasi. Banyak kartu perdana yang dikeluarkan oleh perusahaan jasa telekomunikasi terhadap masyarakat. apabila dilihat dari konsumen. Maka konsumen memiliki banyak pilihan dari berbagai macam produk. Sehingga mempengaruhi keputusan pembelian bagi pelanggan.



Dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin pesat maka perusahaan dari PT.Exelcomindo tidak hanya beroentasi terhadap keuntungan akan tetapi juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal telekomunikasi. Kartu perdana XL sebagai salah satu operator yang menyadari bahwa peran tersebut sangatlah penting. Hal tersebut dapat dilihat bahwa XL meningkatkan fasilitas, kapasitas, layanan maupun calon pelangganya secara terus menerus.

Produk XL perdana adalah merupakan Layanan kartu seluler perdana yang dapat membebaskan pelanggan untuk terhubung dengan internet melalui jaringan data 4G tercepat. XL perdana memiliki paket lengkap terbaik XL Apps tanpa kuota dan gratis nelson dan SMS ke semua sesama operator dengan keuntungan kuota internet besar dan fitur akses tanpa kuota yang dapat memberikan diskon untuk Smartphone impian pelanggan.

**Tabel I.1**  
**Top Brand Indeks**

<b>Brand</b>	<b>TBI 2022</b>	
Simpati	34,3 %	<i>TOP</i> (merek teratas)
IM3	13,3 %	
XL Prabayar	11,7 %	
Tri “3”	10,6 %	
Kartu AS	8,8 %	

Sumber: Top Brand Indeks, 2022

Dilihat dari *Top Brand Indeks* dapat dilihat bahwa Simpati menjadi kartu perdana di urutan pertama dengan 34,3% selanjutnya IM3 dengan 13,3% dan yang terakhir XL yaitu dengan 11,7% artinya bahwa kartu XL masih menduduki *Top Brand* (merek teratas) yang masih mempengaruhi keputusan pembelian terhadap pelanggan.

Penelitian melakukan pra riset kepada 30 responden yaitu masyarakat Desa Bumi Agung Kecamatan Lempiung Kab. Ogan Komering Ilir (OKI) berdasarkan hasil riset 13 orang lebih menyukai kartu Simpati, 10 memilih kartu kartu IM3, 7 orang memilih XL Perdana. Berikut beberapa alasan masyarakat Desa Bumi Agung kurang menyukai kartu XL Perdana.

**Table I.2**  
**Alasan masyarakat tidak memilih kartu XL Perdana**

No	Alasan	Jumlah orang
1.	Harga relative mahal	7
2.	Promosi yang kurang menarik di bandingkan kartu lain	5
3.	Seringnya gangguan sinyal disaat mati lampu dan hujan	5
4.	Harga yang tidak sesuai kualitas	7
5	Kurangnya promo internet	6
Jumlah		30 responden

Sumber: Wawancara pra riset,2022

Berdasarkan table diatas dapat di jelaskan sebagai berikut:

Alasan harga relatife mahal,dan harga yang tidak sesuai dengan kualitas, .  
mengambarkan variable harga. Pentingnya penetapan harga yang baik akan  
memberikan pertimbangan kepada konsumen untuk melakuka pembelian.

Alasan promosi yang kurang dengan kartu lain, kurangnya promo internet  
mengambarkan variable promosi. Pentingnya promosi yang baik akan dapt  
menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dan bahkan dapat  
menjadikan konsumen menjadi loyal dengan promosi menarik yang di berikan.

Alasan seringnya gangguan sinyal saat hujan dan mati lampu  
mengambarkan variable Proses. Pentingnya Proses bagi prusahaan adalah dapat  
memuaskan serta memenuhi kebutuhan pelangan sehingga dapat memberikan  
keyakinan kepada konsumen untuk memlakukan keputusan pembelian

Berdasarkan penjelasan di atas latar belakang di atas, maka penulis tertarik  
dengan melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Proses  
Terhadap Keputusan pembelian Kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh harga, promosi dan Proses terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir?

3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir?
4. Adakah pengaruh Proses terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan Proses terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir
4. Untuk mengetahui pengaruh Proses terhadap keputusan pembelian kartu XL Perdana di Desa Bumi Agung Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat menambah pengetahuan sebagai bakat dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah khususnys dalam konsentrasi pemasaran.

2. Manfaat bagi almamater/Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah pinformasi, wawasan dan referensi bagi semua pihak Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya dalam bidang pemasaran

## DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, Diah Isnaini, dkk. 2019 . *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri.
- Buchory., A, dan Saladin, D. 2018 . *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Fandy Tjiptono. 2014 . *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2016 . *Service, Quality, And Satisfaction*. Edisi 4. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Inu Kencana Syafiie. 2019 . *Ilmu Manajemen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Juwita, Waode Maratun Shaleha (2021) Pengaruh Fitur Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Kota Kendari. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi 2 (2)*. Diakses 23 mei 2022.
- Kotler & Amstrong. 2017 . *Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran Dan Analisis Strategi Pemasaran, Perencanaan Strategi Pemasaran, Implementasi*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2018 . *Prinsip-Prinsip Pemasaran* edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Mursid, M. 2017 . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi (2020) Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa. *Jurnal Ilmu Manajemen 10 (2)*. Diakses 23 mei 2022.
- Nasir Asman dan Nina Apriliani (2020) Pengaruh harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian SIM CARD AXIS Mahasiswa yang ada di FKIP kanpus 2 Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Ilmiah Indonesia 5 (7)*. Diakses 30 mei 2022.
- Sugiyono. 2018 . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Rusydi Abubakar. 2018 . *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabet
- Sherwin Ary Busman, Gunawan Wibisono (2021) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian paket internet XL Axita Di Masa Pandemi COVID-19 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis 4 (2)*. Diakses 30 mei 2022.

- Timpe, A.D. 2004 . *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT.Elek Media Komputindo
- Tjiptono, 2015 . *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Umar & Husen. 2016 . *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar & Husen. 2016 . *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usmiar, Nurhamidah (2019) Pengaruh harga dan promosi terhadap pembelian kartu prabayar indosat ( studi kasus mahasiswa kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat). *Jurnal Menara Ekonomi* 5 (1). Diakses 28 mei 2022.