

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU IM3 OOREDOO
DI KECAMATAN RAMBANG NIRU KABUPATEN MUARA ENIM**



SKRIPSI

Nama : Fina Erpiana

Nim : 212019128

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN KARTU IM3 OOREDOO
DI KECAMATAN RAMBANG NIRU KABUPATEN MUARA ENIM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis (S.M)**



Nama : Fina Erpiana

NIM : 212019128

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fina Erpiana

NIM : 212019128


Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu IM3 Ooredoo Di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim

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 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 dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran 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 diperguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2023


71D8CAKX286110608 Fina Erpiana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap
Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu IM3 Ooredoo
Di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim

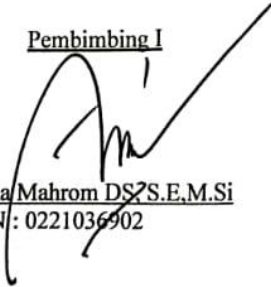
Nama : Fina Erpiana
NIM : 212019128
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran


Diterima dan Disahkan

Pada tanggal.....

Pembimbing I

Pembimbing II


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


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

Mengetahui,
Dekan
Universitas Muhammadiyah Palembang
Ketua Program Studi Manajemen




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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kita boleh saja kecewa dengan apa yang telah terjadi, tetapi jangan pernah kehilangan harapan untuk masa depan yang lebih baik”

(Bambang Pamungkas)

“Bukan berasal dari keluarga yang memiliki gelar sarjana, tapi memiliki orang tua yang berusaha membuat anaknya menjadi sarjana.”

(Fina Erpiana)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua ku Bpk Abdani dan Ibu Nur Fatimah tercinta yang telah memberikan segalanya kepada anak-anaknya.
2. Untuk Kakak Heri Sayful Ulum dan Muhammad Jasir Rohim tersayang.
3. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, semangat dan Do'a agar selesainya pendidikan saya ini.
4. Sahabat Rahma Laili yang selalu membantu dan mendengarkan keluh kesah yang saya alami.
5. Dosenku serta alamamaterku Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Seluruh shabat, teman dan rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

PRAKARTA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan Rahmat Nya sehingga tugas akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu Im3 Ooredoo Di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan Tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada orang tua, shabat, saudara dan teman saya yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayangnya yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penүүлis sampaikan 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
3. Dr. Zaleha Trihandayani,SE,M.Si selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si dan Ibu Nadia Afriliana S.E,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Ibu Wani Fitriah, S.E, M.Si selaku Prmbimbing Akademik
6. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
7. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Palembang, Febuari 2023

Penulis,

Fina Erpiana

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto Dan Persembahan.....	v
Halaman Prakarta.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	17
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	23

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian	25
C. Operasionalisasi Variabel	26
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Data Yang Diperlukan	28
F. Metode Pengumpulan Data.....	29
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pengguna Operator Jaringan Seluler Di Indonesia.....	5
Tabel I.2	Prariset Konsumen Kartu Jaringan IM3 Ooredoo.....	6
Tabel II.1	Model Perilaku Konsumen.....	10
Tabel II.2	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel II.3	Kerangka Pemikiran.....	23
Tabel III.1	Operasional Variabel.....	26
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel IV.2	Hasil Uji Relibilitas.....	43
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	45
Tabel IV.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel IV.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)....	50
Tabel IV.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi (X2).....	53
Tabel IV.9	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel IV.10	Uji F.....	58
Tabel IV.11	Uji T.....	59
Tabel IV.12	Analisis Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)
- Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi (X2)
- Lampiran 6 Uji Validitas Dan Uji Relibilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 7 Uji Validitas Dan Uji Relibilitas Kualitas Produk (X1)
- Lampiran 8 Uji Validitas Dan Uji Relibilitas Promosi (X2)
- Lampiran 9 Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 Rtabel
- Lampiran 11 Ftabel
- Lampiran 12 ttabel
- Lampiran 13 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 14 Bukti Pelunasan BPP
- Lampiran 15 Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 16 Sertifikat Komputer
- Lampiran 17 Sertifikat SPSS
- Lampiran 18 Sertifikat Hafalan Ayat-ayat Pendek
- Lampiran 19 Plagiat Cheker
- Lampiran 20 Biodata Penulis

ABSTRAK

Fina Erpiana/212019128/2023/ Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu IM3 Ooredoo Di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim. Populasi dalam penelitian ini pengguna kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru. Sampel dalam penelitian ini 100 responden. Jenis penelitian yaitu asosiatif, Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data adalah Regresi Linier Berganda Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil Regresi Linier Berganda variabel kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kartu IM3 Ooredoo. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim. Hasil uji t secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim. Analisis Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 61,2% variabel kualitas produk dan promosi mempengaruhi keputusan menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Fina Erpiana/212019128/2023/ The Influence of Product Quality and Promotion on Consumer Decisions to Use Ooredoo IM3 Cards in Rambang Niru District, Muara Enim Regency.

This study aims to determine the effect of product quality and promotions simultaneously and partially on consumers' decisions to use the IM3 Ooredoo card in Rambang Niru District, Muara Enim Regency. The population in this study is IM3 Ooredoo card users in Rambang Niru District. The sample in this research is 100 respondents. This type of research is associative, the data used is primary data. Data collection method using a questionnaire technique. Data analysis technique is Multiple Linear Regression F test, t test and Coefficient of Determination. Multiple Linear Regression Results product quality and promotion variables have a positive influence on the decision to use the IM3 Ooredoo card. The results of the F test analysis show that simultaneously there is a significant influence of product quality and promotion on consumer decisions to use the IM3 Ooredoo card in Rambang Niru District, Muara Enim Regency. Partial t-test results show that product quality and promotion have a significant effect on the decision to use the IM3 Ooredoo card in Rambang Niru District, Muara Enim Regency. Analysis of the Coefficient of Determination shows that 61.2% of product quality and promotion variables influence the decision to use the IM3 Ooredoo card in Rambang Niru District, Muara Enim Regency, while the remaining 39.8% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Promotion, and Purchase Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Peranan pemasaran sekarang ini tak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan. Strategi dalam pemasaran dapat mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:217), perilaku konsumen adalah tentang cara individu, kelompok dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap yaitu tahap sebelum pembelian, dan setelah pembelian. Pada tahap sebelum pembelian konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait produk dan jasa. Pada tahap setelah pembelian, konsumen melakukan konsumsi (penggunaan produk), evaluasi kinerja produk, dan akhirnya membuang produk setelah digunakan atau kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan.

Keputusan konsumen atau pembeli sangat bergantung dengan anggapan kinerja produk dalam memberikan nilai yang relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja perusahaan dapat melebihi harapan, maka pembeli akan merasa puas. Perusahaan yang cerdas akan memfokuskan diri terhadap kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap barang dan jasa tersebut. Menurut Sangadji, dkk (2013:121) keputusan pembelian adalah semua perilaku yang sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada. Farida (2019:22) menyebutkan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang mengambil keputusan untuk melakukan pembelian yaitu: kualitas produk, harga, promosi dan kualitas layanan.

Kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa guna menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan standarisasi kualitas. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Promosi dalam pemasaran juga penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk barang atau jasa. Menurut Lupiyoadi (2013:178) promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai

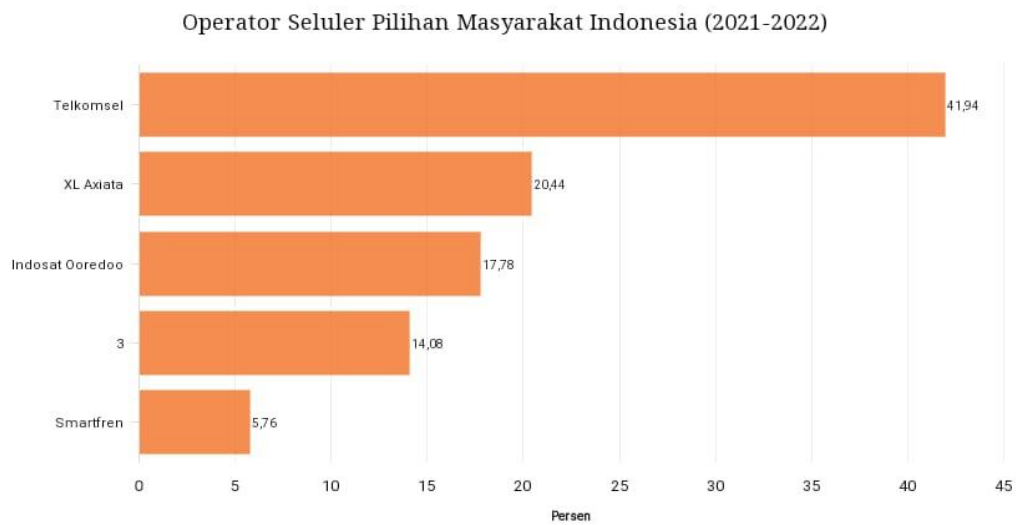
alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Promosi yang baik bukan hanya berasal dari media tetapi juga rekomendasi yang diterima konsumen dari orang lain atau promosi dari mulut ke mulut. Adanya promosi dapat meningkatkan penjualan, sehingga promosi dapat membuat konsumen tertarik dengan apa yang sedang dipromosikan atau ditawarkan.

Dimasa sekarang ini perkembangan teknologi semakin cepat, era komputerisasi sudah diterapkan dalam segala bidang. Tidak heran bila masyarakat telah lama meninggalkan cara-cara tradisional dan beralih pada kemajuan teknologi yang efektif dan efisien. Salah satu kemajuan teknologi ini juga terjadi pada bidang komunikasi. Penggunaan handphone yang semakin marak pada masyarakat sekarang ini menunjukkan bahwa handphone bukan lagi sebuah barang yang dipandang sebagai barang mewah bagi sebagian besar masyarakat. Masyarakat biasa menggunakannya sebagai alat komunikasi. Hal ini menimbulkan persaingan bisnis yang ketat pada perusahaan yang memberikan pelayanan jasa komunikasi. Begitu banyak kartu pra bayar yang dikeluarkan perusahaan jasa telekomunikasi pada masyarakat saat ini. Apabila dilihat dari pihak konsumen, maka konsumen memiliki banyak pilihan dari berbagai macam produk yang memiliki keutamaan sehingga kepuasan mereka terpenuhi.

Sarana telekomunikasi yang disebut dengan handphone maka tidak akan lepas dari kartu yang digunakan untuk membantu kelancaran berkomunikasi atau yang biasa kenal dengan kartu GSM (*Global System for*

Mobile Communication). GSM merupakan standar dari sistem seluler generasi kedua yang diciptakan untuk memecahkan masalah-masalah atau kekurangan dari sistem seluler yang pertama di Eropa. GSM adalah sistem seluler pertama di dunia yang menetapkan rancangan modulasi digital dan tingkatan jaringan (*network*) serta layanan (*service*). Untuk di Asia sendiri GSM baru diperkenalkan pada akhir tahun 1993. Kartu GSM atau yang sering disebut sebagai SIM Card merupakan piranti yang digunakan pada berbagai telepon genggam GSM saat ini.

Operator jaringan seluler saling bersaing untuk menjadi yang paling unggul, misalnya jaringan seluler Telkomsel, XL Axiata, IM3 Ooredoo, 3, Smartfren. Pada perkembangannya kartu prabayar Telkomsel paling banyak penggunaannya dari operator jaringan lain. Seperti pada gambar berikut ini.



Gambar I.1

Data Penggunaan Operator Jaringan Seluler di Indonesia

Sumber: Google Internet

Berdasarkan gambar I.1 tampak kartu telkomsel merupakan operator jaringan seluler yang paling diminati oleh konsumen. Kemudian disusul oleh jaringan seluler kartu XL Axiata yang memiliki peminat nomor dua di Indonesia. IM3 Ooredoo memiliki peminat ketiga yang artinya IM3 Ooredoo dibawah dari XL Axiata. Kartu 3 dan juga smartfren juga memiliki peminat yang sangat sedikit. Setelah dilihat dari data tersebut peneliti ingin membuktikan salah satu kartu jaringan seluler tersebut memang benar memiliki masalah. Di daerah Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim banyak konsumen yang mengeluhkan masalah pada kartu jaringan IM3 Ooredoo.

Oleh karena itu peneliti bertanya lebih lanjut kepada konsumen di Kecamatan Rambang Niru tentang kartu jaringan IM3 Ooredoo. Berikut hasil dari prariset konsumen.

Tabel I.2
Prariset Konsumen Kartu Jaringan IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Membeli karena produk IM3 Ooredoo yang paling murah	6	4
2.	Membeli karena merek yang paling disukai	10	3
3.	Kualitas jaringan kartu IM3 Ooredoo sangat lemah	15	7
4.	Pengiriman pesan SMS sangat susah terkirim/diterima	10	5
5.	Fitur yang diberikan kurang lengkap (GPRS dan NSP)	8	4
6.	Jarang membuat iklan untuk mempengaruhi konsumen	5	2
7.	Kurangnya melakukan promosi penjualan	9	4
	Jumlah	30	

Sumber: Hasil Google From

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa terjadi masalah pada kartu IM3 Ooredoo. Permasalahan yang paling banyak di keluhkan yaitu banyaknya kekurangan pada kualitas produk dan promosi.

Dari pernyataan kualitas jaringan kartu IM3 Ooredoo sangat lemah, fitur yang diberikan kurang lengkap (GPRS dan NSP) dan pengiriman pesan SMS sangat susah terkirim/diterima menggambarkan variable kualitas produk.

Semakin baik kualitas produk maka akan semakin banyak peminatnya dan juga sebaliknya. Pernyataan kurang melakukan promosi penjualan dan jarang adanya promo kuota internet merupakan gambaran dari variable promosi. Apabila suatu promosi yang dikemas secara menarik promosi dapat meningkatkan penjualan. Kemudian terdapat pernyataan membeli karena mendapat saran dari orang lain dan membeli karena merek yang paling disukai merupakan keputusan konsumen dalam menggunakan kartu IM3 Ooredoo.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka akan menarik apabila penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Kartu IM3 Ooredoo Di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada diatas dalam penelitian ini meliputi variable kualitas produk dan promosi. Masalah yang dapat dirumuskan dari identifikasi masalah diatas adalah.

1. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim?

3. Apakah terdapat pengaruh positif promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu pengaruh kualitas produk dan promosi dalam kartu IM3 Ooredoo. Berikut tujuan penelitian.

1. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan kartu IM3 Ooredoo di Kecamatan Rambang Niru Kabupaten Muara Enim.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya ini penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasannya dibidang pemasaran khususnya dibidang komunikasi.

2. Bagi Almamater

Dapat dijadikan sebagai masukan dan dapat digunakan untuk bahan penelitian lanjutan khususnya dalam ilmu pemasaran yang penelitiannya sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningrum dan Yoestini Y (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3 Ooredoo. *Jurnal Manajemen Diponegoro* , 7 (4), 25-32.Erlangga.Empat.
- Ernawati (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi: Bandung*
- Hasan Iqbal (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik: Jakarta*
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/5-operator-seluler-favorit-masyarakat-indonesia-versi-apjii>
- Husein Umar (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis:*
- Indrasari Meithiana (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Surabaya.*
- Kotler Dan Keller (2015), *Manajemen Pemasaran, (Jilid 1 Edisi 13) :Jakarta.*
- Kotler dan Keller (2016), *Marketing Management, (edisi 15): London.*
- Lupiyoadi, Rambat (2013): *Manajemen pemasaran jasa. Jakarta:Salemba*
- Pangdugi, G. A & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat IM3 Ooredoo di Kota Sukabumi.. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 269-274. PT.Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen: Yogyakarta*
- Sofina, S dan Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo).. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1530-1536.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet*
- Tjiptono, Fandy (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi*

Tjiptono dan Fandy (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.

Vidianto, R & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Brend Image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdan IM3 Prabayar By Indosat Di Kota Tuban, Jawa Timur. *JWM Jurnal Wawasan Manajemen*, 10(3), 188-197.

Yoga, Muhammad Nur, & Mardiana Tatghfirul Azhima (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Menggunakan Kartu Indosat Ooredoo Di Kecamatan Samarinda Ulu). *EKONOMIA* 9.3 (2020): 025-033. Yogyakarta: Deepublish Publisher.