

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI & CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AC POLYTRON
DI KECAMATAN SUKARAMI**



SKRIPSI

Nama : M. Ahlun Nizar

NIM : 212019169

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI & CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AC POLYTRON
DI KECAMATAN SUKARAMI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : M. Ahlun Nizar

Nim : 212019169

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Ahlun Nizar
Nim : 212019169
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
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 normayang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 21 Februari 2023



M. Ahlun Nizar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Promosi & Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Ac Polytron DiKecamatan
Sukarami
Nama : M. Ahlun Nizar
Nim : 212019169
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui, Dekan
u.b. Ketia Program Studi Manajemen



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

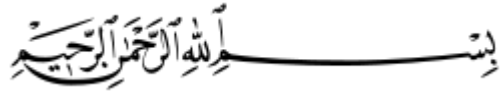
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hidup ini bukan menunggu badai berlalu, tetapi kita harus belajar nenari di tengah badai”

Terucap syukur pada MU ya Allah

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

- ❖ Bapak ku (Yoni Risdianto) dan
Ibu (Wiwin Khofidho) Tercinta**
- ❖ Saudara-saudara**
- ❖ Almamater**



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron DiKecamatan Sukarami. Yang mana skripsi ini diajukan sebagai syarat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua ku tercinta dan seluruh keluarga besarku semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka, dan melindungi mereka dimanapun berada Aamiinn.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya 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 Dr. Zaleha Trihandayani S.E, M.Si dan Bapak Chandra S.Pd.,M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

4. Bapak Yudha Mahrom, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan ibu Nadia Afriliana, S.E.,M.S selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabaran membimbing, mendidik dan memberikan arahan dan masukan yang amat sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Fakultas FEB Universitas Muhammadiyah Palembang ini.
6. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk penulis membuat skripsi.
7. Papa Yoni Risdianto dan Ibu Wiwin Khofidho serta Adik Perempuan yang saya cintai Vika Permadani. yang tak henti-hentinya mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Terima kasih untuk sahabat yang telah banyak membantu serta memberikan subangsi pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan Oleh sebab itu penulis mengharapakan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifat nya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, Februari 2023

M. Ahlun Nizar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Operasionalisasi Variabel	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Data yang Diperlukan	33
F. Metode Pengumpulan Data	33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Uji Validitas	48
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	49
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel IV.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk.....	54
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	57
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	59
Tabel IV.10 Regresi Linier Berganda	61
Tabel IV.11 Hasil Uji Hipotesis (Simultan) F	63
Tabel IV.12 Hasil Uji t (parsial)	64
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Prilaku Konsumen	15
Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Jadwal Penelitian.....	
Lampiran : Rekapitulasi Jawaban Responden.....	
Lampiran : Print Out Spss Regresi Linier Berganda, Anova, Uji F, Uji T.....	
Lampiran : Print Out Spss Uji Validitas Dan Realibilitas.....	
Lampiran : Print Out Frekuensi Jawaban Responden.....	
Lampiran : Tabel Distribusi F.....	
Lampiran : Tabel Distribusi T.....	
Lampiran : Tabel R.....	
Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi.....	
Lampiran : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Riset.....	
Lampiran : Sertifikat AIK	
Lampiran : Sertipikat SPSS.....	
Lampiran : Plagiarisme.....	
Lampiran : Biodata Penulis.....	

ABSTRAK

M. Ahlun Nizar /212019169/2023/ Pengaruh Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami.

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1. Adakah Pengaruh Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami. 2. Adakah Pengaruh Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami 3. Adakah Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami 4. Adakah Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 warga di kecamatan sukarami dengan teknik menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui Kuesioner (Angket) dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Ada Pengaruh Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami. 2. Ada Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami 3. Ada Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami 4. Ada Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kecamatan Sukarami

Kata kunci: Produk, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang cepat dan tepat dalam memasarkan produknya. Dalam era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya.

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan Salah satu tujuan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tingkat keuntungan dapat dipertahankan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, salah satunya melalui usaha mencari dan membina langganan. Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini tidak hanya menjual produk, akan tetapi juga harus memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan berpengaruh keputusan pembelian pada konsumen.

Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar maupun kecil. Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Tetapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang tahu tentang produk usaha bisnis anda, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk usaha bisnis anda memiliki kualitas dan nilai inovatif, dan keunikan.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Menurut Swasta dan Handoko dalam Adnan, (2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut. Namun ada pula yang mengartikan Perilaku Konsumen sebagai hal-hal yang mendasari untuk membuat keputusan pembelian misal untuk barang berharga jual rendah maka proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah sedangkan untuk barang berharga jual tinggi maka proses pengambilan keputusan akan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Menurut Fandy Tjiptono (2016:22) Keputusan pembelian adalah suatu alasan yang mendorong bagaimana konsumen untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai yang dibutuhkan. Kemudian keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu

strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi.

Kajian perilaku konsumen dan keputusan pembelian juga dapat digunakan untuk mengamati penjualan pendingin ruangan. Penggunaan sistem pendingin semakin meningkat seiring dengan kebutuhan hidup manusia, dengan pengaplikasian yang sudah melingkupi berbagai segi aspek kehidupan, mulai dari industri makanan, industri kimia, hotel, rumah sakit, penerbangan, pelayaran dan lain sebagainya. Salah satu jenis sistem pendingin yang sering

kita temukan adalah pengkondisian udara ruangan yang disebut juga dengan Air Conditioning (AC).

AC memerlukan aliran listrik, dan hampir seluruh komponen utamanya memerlukan listrik, serta biaya penggunaan aliran listrik inilah yang menjadi patokan kita untuk bisa dihemat pemakaiannya. Pemakaian AC diharapkan mampu mengkondisikan udara yang ada pada ruangan, sehingga didapatkan ruangan yang dingin, sejuk dan nyaman. Untuk mencapai tujuan tersebut ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi antara lain adalah performance dari AC yang digunakan.

Perkembangan ilmu dan teknologi pada era sekarang sangatlah pesat dari peningkatan kemampuan, keterampilan dan profesionalisme sumber daya manusia. Berbagai usaha peningkatan telah dilakukan pada semua bidang termasuk dalam bidang otomotif. Perkembangan teknologi pada bidang otomotif berperan cukup besar terhadap kemajuan bidang-bidang lainnya. Untuk itu perlu adanya tenaga- tenaga ahli dalam bidang ini, Pada masa era globalisasi ini kenyamanan pada mobil dan ruangan sangatlah diperlukan, industri berlomba-lomba menciptakan inovasi baru untuk menambah kenyamanan mobil dan ruangan yang mereka produksi salah satunya dengan pengaturan suhu, kelembaban udara, dan kebersihan didalam ruangan.

Peneliti melakukan pra riset untuk mengetahui merek AC yang diminati masyarakat. Hasil prariset menunjukkan sebagai berikut :

Table 1.1

TOP 10 Brand Merek AC terbaik di indonesia

Peringkat	Brand AC
1	Daikin
2	Sharp
3	Panasonic
4	Gree
5	POLYTRON
6	Samsung
7	AUX
8	Changhong
9	Mitsubishi
10	Denpoo
11	Midea
12	Akari
13	Polytron

Sumber: [www.tokopedia.com/10 merek AC terbaik tahun 2022](http://www.tokopedia.com/10_merek_AC_terbaik_tahun_2022)

Berdasarkan tabel tersebut tampak Polytron merupakan merek AC yang kurang diminati bahkan untuk mencapai top 10 brand Polytron tidak masuk. Oleh karena itu peneliti bertanya lebih lanjut kepada konsumen tentang alasan tidak suka dengan merek Polytron. Alasan tersebut dapat ditabelkan sebagai berikut:

Peneliti melakukan pra riset untuk mengetahui alasan mengapa AC merek POLYTRON kurang diminati masyarakat. Hasil prariset menunjukkan sebagai berikut :

Table 1.2

Alasan Masyarakat Tidak Suka AC Polytron

No	Pernyataan	30 Responden	
		YA	TIDAK
1	Proses pendinginan butuh waktu yang lama	18	12
2	Mahalnya biaya Pemakaian listrik	18	12
3	Suku cadang Susah ditemukan di pasaran	17	13
4	Iklan produk AC Polytron mampu tersebar secara meluas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang produk AC Polytron	8	22
5	Promosi yang ditawarkan perusahaan mampu membujuk saya untuk membeli produk produk AC Polytron	9	21
6	Pihak perusahaan menggunakan Media online seperti instagram digunakan untuk iklan produk AC Polytron	11	19
7	Merek “AC Polytron” memiliki Citra Merek yang positif dimata konsumennya	13	17
8	Saya merasa produk AC merek Polytron memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen	14	16
9	Produk AC merek Polytron mempunyai ciri khas “Proses Pendinginan butuh waktu yang lama”	20	10

Sumber: Pertanyaan kepada masyarakat Kecamatan Sukarami,2022

Berdasarkan alasan masyarakat tdak tertarik membeli AC Polytron didapatkan sebagai berikut :

Variabel Produk terbentuk dari indikator 1 “Proses pendinginan butuh waktu yang lama”, serta indikator 2 “Mahalnya biaya Pemakaian listrik” dan indikator 3 “Suku cadang Susah ditemukan di pasaran” yang mana indikator tersebut menandakan adanya masalah dalam perbaikan

Variabel Promosi terbentuk dari indikator 1 “Iklan produk AC Polytron mampu tersebar secara meluas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang produk AC Polytron” yang mana indikator tersebut

menandakan bahwa iklan tersebut tidak tersebar dengan luas, serta Indikator 2 “Promosi yang ditawarkan perusahaan mampu membujuk saya untuk membeli produk AC Polytron” yang mana indikator tersebut menandakan bahwa iklan tersebut tidak dapat membujuk konsumen untuk membeli produk. Selanjutnya indikator 3 “Pihak perusahaan menggunakan Media online seperti instagram digunakan untuk iklan produk AC Polytron“ dimana media instagram tidak terlalu aktif dalam mempromosikan produk produk polytron

Variabel Citra Merek terbentuk dari indikator 1 “Merek “AC Polytron” memiliki Citra Merek yang positif dimata konsumennya” yang mana indikator tersebut menandakan bahwa dimata konsumen citra merek AC Polytron belum begitu baik, serta Indikator 2 “Saya merasa produk AC merek Polytron memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen” dan indikator 3 “Produk AC merek Polytron mempunyai ciri khas “Proses Pendinginan butuh waktu yang lama” yang mana indikator tersebut menandakan citra merek AC Polytron sudah melekat yang membuat masyarakat kurang berminat untuk menggunakan merk tersebut.

Apabila suatu produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan orientasi “kepuasan pelanggan” maka produk yang dihasilkan akan tidak dilirik konsumen. Hal ini yang akan membuat kelangsungan suatu perusahaan tersebut gagal. Namun untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena tingkat kepuasan pelanggan sangatlah berbeda beda walaupun membutuhkan produk yang sama.

Pelaku bisnis alat penjualan pendingin ruangan (Air Conditioner/AC) dari PT Electronic Solution Indonesia (ESI) Dicky Chandra Arianus mengatakan bahwa penjualan AC Polytron di Indonesia pada saat ini mengalami penurunan sebanyak 70%, “penurunan penjualan tersebut dikarenakan rencana pemerintah menaikkan tarif dasar listrik. Akibat muncul dari kekhawatiran masyarakat terhadap kenaikan tarif dasar listrik, banyak orang yang beralih menggunakan kipas angin karena harganya yang murah dan hemat listrik.

Menurutnya perekonomian di Indonesia menjadi salah satu penyebab penurunan pembelian produk elektronik seperti AC merk Polytron Lemanya aktivitas perekonomian seperti pedagang elektronik di pasar Menurunnya penjualan AC Polytron dapat mengakibatkan menurunnya juga keputusan pembelian akan sebuah produk. Hal tersebut dapat diatasi dengan menganalisa kembali bauran pemasaran yang ada didalam perusahaan tersebut, agar proseskeputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dapat memberikan hasil yang positif.

Dikarenakan adanya fenomena tersebut maka penulis berniat untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian AC Polytron DiKecamatan Sukarami.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh produk, Promosi dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
3. Adakah pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
4. Adakah pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui produk, Promosi dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian ac polytron diKecamatan Sukarami ?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi Pemasaran serta dapat meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah melalui penelitian secara langsung di instansi.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, (2022) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian AC Merek POLYTRON Di Kabupaten Labuan Batu*, *E-Journal Academy* : Vol.5 Nomor 3 Tahun 2022
- Dedi Kurniawan, (2020) *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian AC Merek Polytron kecamatan Muara Tembesi Jambi*. *E-Journal Academy* : Vol.1 Nomor 9 Tahun 2020
- Dina Ristiani, (2018) *Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic serta Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen*, *E-Journal Academy* : Vol.13 Nomor 1 Tahun 2018.
- Fandy,Tjiptono, (2016), *Definisi Kualitas Produk dan indikator manajemen pemasaran* (online),://artikkelmu.com/?tag=metodelogi penelitian.
- Hasan, M.Iqbal.2008.Pokok – Pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Definisi Kualitas Produk Manajemen Pemasaran* (online),://artikkelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian
- Kotler dan Keller. 2009. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* (online),://artikkelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, PT.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- M.Akbar Satria, (2021) *Pengaruh Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kelurahan Sentosa*, *E-Journal Repository UM-Palembang* Tahun 2021
- M. Pranjordy, (2022) *Pengaruh Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ac Merek Polytron Di Kecamatan Sukarami*. *E-Journal Repository UM- Palembang* Tahun 2021
- Rambat,Lupiyoadi.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Setyo Kuncoro (2017). *Pengaruh judul Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Service Ac (Air Conditioning) Merek Changhong Di Authorized Service Centre Pt. Changhong Pontianak..* E-Journal Academy : Vol.2 Nomor 8 Tahun 2017.

Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta, ANDI.