

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
VIVO DI KEC. TUNGKAL JAYA**

**SKRIPSI**



**Nama : Sela Wati**  
**Nim : 212019352**

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

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE**  
**VIVO DI KEC. TUNGKAL JAYA**

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



**Nama : Sela Wati**  
**Nim : 212019352**

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

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sela Wati  
NIM : 212019352  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di Kecamatan  
Tungkal Jaya.

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 di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2023

  
METERA  
TEMPEL  
042BAJX43562575  
Sela Wati

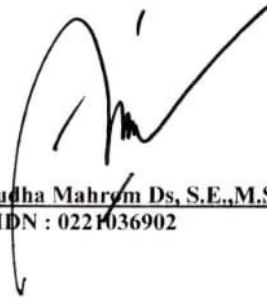
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi  
Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di  
Kecamatan Tungal Jaya./  
Nama : Sela Wati  
Nim : 212019352  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan  
Pada tanggal, Februari 2023

**Pembimbing I**



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

**Pembimbing II**



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

**Mengetahui  
Dekan  
U.b Ketua Program Studi Manajemen**



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

## **MOTTO**

**Ingat Janji Allah bahwa “ Setelah Kesulitan Ada Kemudahan”**

**( QS Al Insyirah Ayat 5 6 )**

**Allah tak pernah ingkar pada janjinya.**

**Kelemahan terbesar kita adalah bersandar pada kepasrahan.**

**Jalan yang paling jelas menuju kesuksesan adalah selalu mencoba,  
setidaknya satu kali lagi.**

**~ Thomas A. Edison ~**

**Tidak ada jaminan bahwa kembali ke masa lalu akan membuatmu merasa lebih baik. Tapi, masa lalu telah membentuk kamu menjadi sebaik sekarang.**

**Lakukanlah hal kecil dengan cinta yang besar, agar memperoleh hasil yang maksimal.**

**~ Sela Wati ~**

## **PERSEMBAHAN**

**Pertama, Karya ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya Bpak (Dede Rosadi), Ibu (Ecin Minarsih) yang tampak lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa yang luar biasa untuk anaknya serta memberikan dukungan baik moril maupun materil.**

**Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya.**

**Dan terimakasih juga untuk Kk perempuan saya ( Isnawati S.E) dan adik saya ( Ahmad Dani) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.**

**Kedua, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini dapat menyelesaikan perkuliahan.**

**Ketiga, untuk teman teman seperjuangan terimakasih banyak untuk bantuan dan kerja sama dari awal hingga akhir perkuliahan.**

**Keempat, terimakasih untuk seluruh dosen jurusan ekonomi dan terimakasih untuk almamaterku.**

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKARTA

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi Maha Penyayang dan atas segala impian rahmat, taufik, serta hidayahnya sehingga penulis skripsi ini dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Tungkal Jaya** ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang telah di jadwalkan.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan keapa baginda nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya yang telah selalu senantiasa membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinuallah di muka bumi ini

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada orangtuaku yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan memberikan dorongan serta semangat kepada penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada bapak Yudha Mahrom Darma saputra, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana,S.E.,M.Si yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran saran dengan tulus dan ikhkas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu di sampaikan terimakasih kepada pihak pihak yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di fakultas ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah Palembang.

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 Candra S.Pd.,M.Si selaku Ketua Program dan Sekertaris Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom Darmasaoutra, S.E.M.Si selaku pembimbing I, dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Arradytia Permana, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membatu serta membimbing saya dari awal sampai dengan semester akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya serta memberikan nasehat nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
7. Terimakasih Ibu Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si, Ibu Eni Cahyani, S.E.,M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E.,M.Si selaku dosen penguji.
8. Terimakasih teruntuk kedua orangtua ku Bapak ku tercinta ( Dede Rosadi ) dan Ibuku tersayang ( Ecin Minarsih ) yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi serta dukungan sehingga bias berada di posisi sekarang.

9. Terimakasih juga untuk Kk perempuanku ( Isnawati S.E) yang telah memberikan doa serta semangat dan adikku ( Ahmad Dani) yang selalu menghibur.
10. Terimakasih kepada temanku Ike Nandita dan Paiza Tri Astini yang telah mengajari dengan sabar, dan terimakasih kepada semua sahabat, teman dan rekan seperjuangan yang telah memberikan support, membantu dalam penyelesaian skripsi, selalu menghibur dan memberikan semangat.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa dan budi baik dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak yang membutuhkan.

***Wassalamua'alaikum Warrahmatullaahi Wabarakaatuh***

Palembang, Februari 2023

  
Sela Wati



\

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
B. Kerangka Pemikiran .....	29

C. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Lokasi Penelitian .....	35
C. Operasionalisasi Variabel .....	36
D. Populasi dan Sampel.....	37
E. Data yang Diperlukan .....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	39
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Simpulan.....	76
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Table I.1 Data Top Brand Smartphone 2022 .....	4
Tabel II.1 Merek Produk yang di gunakan di Kec. Tungkal Jaya.....	5
Tabel III.1 Pra riset Mengenai Produk Smartphone Vivo.....	6
Tabel IV.I Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel V.1 Definisi Oprasionalisasi Variabel Penelitian .....	36
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Bedasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel IV.5 Keputusan Pembelian .....	55
Tabel IV.6 Kualitas Produk.....	57
Tabel IV.7 Harga.....	59
Tabel IV.8 Promosi .....	61
Tabel IV.9 Uji Validitas Semua Variabel .....	63
Tabel IV.10 Uji Reliabilitas .....	64
Tabel IV.11 Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel IV.12 Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel IV.13 Hasil Uji T (Parsial).....	68
Tabel IV.14 Hasil Koefisien Determinasi .....	69

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	11
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	32

\

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 : Sertifikat AIK
- Lampiran 15 : Plagiat Cheker
- Lampiran 16 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 17 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Sela Wati/212019352/2023/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Tungkal Jaya**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo di Kecamatan Tungkal Jaya. Populasi dalam penelitian ini adalah infinite yaitu masyarakat Kecamatan Tungkal Jaya. Sampel ditentukan sebanyak 100 responden yang diambil secara purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F, uji T, dan analisis koefisien determinasi. Hasil analisis uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis uji F menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Tungkal Jaya. Hasil uji t menunjukkan pengaruh secara parsial kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo di Kecamatan Tungkal Jaya. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh variabel kualitas produk, Harga dan Promosi mampu berkontribusi terhadap Keputusan pembelian dengan besarnya kontribusi yang disebabkan sebesar 32,4% sedangkan sisanya sebesar 57,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

## **ABSTRACT**

### ***Sela Wati/212019352/2023/ The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in Tungkal Jaya District***

*This study aims to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions for Vivo smartphones in Tungkal Jaya District. The population in this study is infinite, namely the people of Tungkal Jaya District. The sample was determined as many as 100 respondents who were taken by purposive sampling. The data used is primary data, while the data collection technique is a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression, F test, T test, and analysis of the coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis show that there is a positive influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions. The results of the F, test hypothesis show that there is a significant influence of product quality, price and promotion on Vivo Smartphone purchasing decisions in Tungkal Jaya District. The results of the t, test show the partial effect of product quality, price and promotion on Vivo smartphone purchasing decisions in Tungkal Jaya District. The results of the coefficient of determination obtained by the variables of product quality, price and promotion are able to contribute to purchasing decisions with a contribution of 32.4%, while the remaining 57.6% is explained by other variables not included in this study.*

***Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchase Decision.***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan di era modern saat ini adalah teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi kini menjadi kebutuhan yang penting bagi kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia biasa dibidang telekomunikasi. Hal tersebut biasa dilihat dari banyaknya produsen yang membuat produk-produk alat komunikasi (Smartphone) yang menawarkan jenis produk baru dengan inovasi dari produk sebelumnya yang sudah beredar dikalangan masyarakat. Dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan aktivitas pekerjaan dan komunikasi.

Smartphone telepon genggam yang digunakan untuk berkomunikasi memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti smartphone tersebut. Bagi beberapa orang smartphone merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak system operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Sebuah merek smartphone global dari China yang fokus pada memperkenalkan kualitas suara sempurna (musik) dan fotografi (kamera) dengan teknologi



mutakhir, Vivo mengembangkan produk yang dinamis dan bergaya muda serta penuh gairah. Vivo mengembangkan dan memproduksi smartphone, aksesoris smartphone, perangkat lunak dan layanan online. Vivo didirikan pada tahun 2009, di Dongguan, Cina, dan dinamai untuk kata Esperanto untuk life. Pada kuartal pertama 2015, vivo menduduki peringkat teratas di 10 pembuat ponsel pintar terbaik karena mencapai pangsa pasar global sebesar 2,7%. Pada kuartal kedua tahun 2022, vivo menempati peringkat ke 5 dalam penguasaan pangsa pasar smartphone global, dengan nilai sebesar 9%. Kini para produsen smartphone harus terus mengembangkan produk yang dipasarkan agar dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh konsumen. Sebaliknya, para konsumen saat ini tidak hanya membeli sebuah barang atau jasa, tetapi aspek promosi, harga, dan kualitas produk harus dipikirkan. Oleh sebab itu produsen harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mendefinisikan dan mengukurnya, menentukan target pembeli yang paling baik yang dapat dilayani, menentukan produk dan jasa dan program yang sesuai untuk melayani target ini. Pemasaran merupakan proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang kuat, dan menciptakan nilai pelanggan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai gantinya (Kotler & Armstrong, 2018). Pemasaran mempunyai tujuan yang beragam, diantaranya adalah mewujudkan kesejahteraan perusahaan dan pelanggan, mencari solusi

terhadap permasalahan yang dihadapi serta memperoleh manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian diikuti juga dengan pernyataannya bahwa pemasaran berkaitan dengan sebuah usaha memuaskan kebutuhan pelanggan (Tjiptono & Diana, 2016:5)

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian (Firmansyah, 2018). Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya. Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian Konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli (Kotler & Armstrong, 2018). Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Setiadi dalam Sunyoto, 2019:323).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas Produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan

dan keinginan pelanggan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono & Chandra (2017:231).

Selain kualitas produk, harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. harga yang merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jumlah dari nilai uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga adalah ukuran atau satuan moneter suatu produk barang ataupun jasa lainnya yang ditukar guna mendapatkan hak milik atau pemakaian barang ataupun jasa tersebut (Malau, 2017:147).

Selain harga, promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan pesan mengenai produk – produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen dan dapat memberikan manfaat untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi konsumen (Sumarwan, 2017:19).

Berikut ini terdapat data brand smartphone Vivo pada tahun 2022 :

**Tabel 1.1**  
**Data Top Brand Smartphone 2022**

<b>Brand</b>	<b>TBI</b>	
Samsung	33.00%	TOP
Oppo	20.60%	TOP
Iphone	12.00%	TOP
Xiaomi	11.20%	
Vivo	9.70%	

Sumber : <https://www.topbrand.award.com/top.brand.index>

Berdasarkan top brand di atas menunjukkan bahwa samsung menempati urutan pertama memimpin top brand pada tahun 2022 yaitu 33.00%. Oppo menyusul di urutan top brand kedua yaitu 20,60%. Kemudian Iphone di urutan top brand ketiga yaitu 12.00%. Kemudian Xiaomi menempati diurutan top brand keempat yaitu 11,20%. Sedangkan Smartphone Vivo menempati diurutan top brand kelima atau terakhir yaitu 9,70%.

Peneliti mencoba bertannya kepada 30 responden untuk mengetahui berapa merek yang di gunakan di Kec. Tungkal Jaya.

**Tabel II.I**  
**Merek Produk yang di gunakan di Kec. Tungkal Jaya**

No	Merek	Jumlah(Orang)
1	Apple	9
2	Oppo	7
3	Samsung	6
4	Realmi	4
5	Vivo	3
6	Xiaomi	1
Jumlah		30

Sumber : Pra Survey (2022)

Berdasarkan table 2.1 di atas dapat di ketahui bahwa smartphone vivo masih berada di urutan kelima dari 6 merek smartphone yang di gunakan oleh kalangan masyarakat Kec. Tungkal Jaya. Berdasarkan pra survey di atas, berikut ini juga di peroleh hasil dari wawancara awal kepada 30 masyarakat sebagai responden yang ada di Kec. Tungkal Jaya. Dipilihnya lokasi penelitian ini karena di lingkungan Kec.Tungkal Jaya banyak di jumpai masyarakat yang menggunakan smartphone vivo.

Selanjutnya penelitian mencari informasi kenapa orang tidak suka smartphone merek vivo, berikut jawaban responden :

**Tabel III.I**  
**Alasan Masyarakat Tidak Menyukai Smartphone Vivo**  
**Di Kec. Tungal Jaya**

No	Indikator	Jumlah Orang
1	Mudah cepat panas jika digunakan terlalu lama	5
2	Fiturnya kurang lengkap	4
3	Harga smartphone vivo terlalu mahal.	6
4	Harga akan jatuh jika dijual kembali.	7
5	Iklan tidak menarik.	3
6	Kurangnya promo.	5
	Jumlah	30

Sumber : Masyarakat Kec. Tungal Jaya, Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada smartphone vivo di kalangan masyarakat Kec. Tungal Jaya. Permasalahan ini dapat terjadi dikarenakan banyaknya kekurangan pada brand ini terus mengalami penurunan pembeli.

1. Mudah cepat panas jika digunakan terlalu lama dan Fiturnya kurang lengkap menggambarkan indikator variabel kualitas produk. Smartphone vivo mudah sekali cepat panas jika digunakan terlalu lama dan fiturnya kurang lengkap seperti dalam kamera tidak ada selang waktu merupakan salah satu penyebab ketidak tertarik konsumen.
2. Harga smartphone vivo terlalu mahal dan Harga akan jatuh jika dijual kembali memunculkan indikator variabel harga. Harga merupakan sesuatu penilaian yang penting bagi konsumen, kalau harga yang

ditawarkan produk tinggi maka konsumen juga berharap kualitasnya tinggi. Namun sering kali harga jual kembali yang murah.

3. Iklan tidak menarik dan Kurangnya promo memunculkan indikator variabel promosi. Promosi yang dilakukan vivo sudah jarang terlihat dimedia iklan, kalah dibandingkan para pesaing terbaru, hal ini membuat para konsumen tidak dapat mengetahui produk baru yang dikeluarkan oleh smartphone vivo.

Berdasarkan tabel di atas, bisa dilihat bahwa produk vivo masih tertinggal dan memiliki kekurangan dibandingkan para pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka judul penelitian ini yaitu

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kec. Tungkal Jaya.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungkal Jaya ?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungkal Jaya ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungkal Jaya ?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungkal Jaya ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungal Jaya.
2. Untuk mengetahui pengetahuan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungal Jaya.
3. Untuk mengetahui pengetahuan harga terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungal Jaya.
4. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Kec. Tungal Jaya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, Adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone vivo serta peneliti dapat menjadikan ini sebagai pengalaman belajar dan menerapkan metode yang di peroleh selama kuliah.

## 2. Bagi Almamater

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan produk, promosi, harga dan hanya untuk keputusan pembelian. Kemudian peneliti ini dapat di gunakan sebagai referensi dan menambah informasi untuk peneliti berikutnya dengan topik yang sama



## Daftar Pustaka

- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media*, Jawa timur.
- Andre Rivaldy & Rulirianto (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. Jurnal Aplikasi Bisnis*. Diakses pada tanggal 30 Maret 2022 melalui
- Buchari Alma (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. ALFABETA.
- Diah Isnaini Asiati, dkk (2019) *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. Jurnal Wawasan Manajemen, 17-32.
- (Ginting,2017) Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*.
- Hanum, Zubaidah. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan*. Jurnal *Bisnis Administrasi*. Vol. 6,No. 1. Politeknik LP3I Medan.
- Herianto Ariwibowo dan Moh Fausi, SH.,M (2017). *Pelayanan Konsumen*. Parama publishing.
- Herny Pebriyanti Sianturi, T. W. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan*. Journal of Management, 4(4).
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Kotlwe, Keller. (2020). *Pengaruh Harga, Saluran Distribudi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim*.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Taradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada ECommerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Purba, Roberto Roy (2019). “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.*” *Jurnal Mutiara Manajemen* 4(1):273–84.
- Putra, L. D. (2019). *Pengaruh marketing mix 4P dan perceived quality terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo di Jakarta Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Rifqi Sulthan Fahrezzy & Arlin Ferlina Moch. Trenggana (2018, Agustus). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus*. *Jurnal Indonesia Membangun*. Diakses 28 Maret 2022 melalui
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta*. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3 rd ed) Yogyakarta: Andi
- Yusuf, A. (2021). *The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South*
- Zahara, R., & Sembiring, N. (2020). *Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224–231.