

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* ASUS DI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



SKRIPSI

**Nama : Meyossa Namira Andjani
NIM : 212020264**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* ASUS DI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI

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



**Nama : Meyossa Namira Andjani
NIM : 212020264**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meyossa Namira Andjani

NIM : 212020264

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat 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 di tulis atau di publikasikan 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 2024



Meyossa Namira Andjani
Meyossa Namira Andjani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Palembang.
Nama : Meyossa Namira Andjani
NIM : 212020264
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

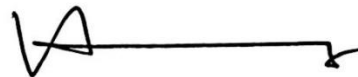
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Februari 2024

Pembimbing I,



Amidi, S.E., M.Si
NIDN : 0229056502

Pembimbing II,



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN : 0202039203

Mengetahui,

Dekan

u.h. Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

“ Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan selain Dia. Hanya kepadaNya aku bertawakal. “ – Q.S At- Taubah: 105

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. ” - Q.S Al Baqarah: 286

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang kusayangi.

- Orang tuaku :
 - Ayah Didi Harnanto (Alm)
 - Ibu Triani
 - Bapak Syahril Effendi
- Keluarga tercinta, keluarga besarku
- Serta teman-teman seperjuanganku

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang “. Dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda yaitu Alm. Didi Harnanto dan Ibunda Triani dan Bapak Syahril Effendi yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis serta 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 di dunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

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. Selesaiannya 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 kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE. M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom. DS, SE. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, SE. M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Amidi, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Gumar Herudiansyah, SE. M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada penulis dan tidak lupa keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untul kelancaran skripsiku.

8. Sahabat yang mendukung dan ikut membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebut satu persatu.

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, April 2024

Meyossa Namira Andjani

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Plagiat	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Halaman Prakata	v
Halaman Daftar Isi	viii
Halaman Daftar Tabel	x
Halaman Daftar Gambar	xi
Halaman Daftar Lampiran	xii
Abstrack	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS

A. Kajian Kepustakaan	9
B. Kerangka Pemikiran.....	19

C. Hipotesis	19
--------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	20
B. Lokasi Penelitian	21
C. Operasionalisasi Variabel	21
D. Populasi dan Sampel	22
E. Data yang Diperlukan	24
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	25

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pembahasan	33
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Top Brand Index Kategori <i>Smartphone</i> 2023.....	4
Tabel I.2	Alasan konsumen tidak menyukai <i>Smartphone</i> Asus.....	5
Tabel II.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	Error!
Bookmark not defined.		
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.2	Identitas Responden Berdasarkan Program Studi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.3	Identitas Responden Berdasarkan Sedang Menggunakan <i>Smartphone</i> Asus.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.4	Identitas Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan <i>Smartphone</i> Asus.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.5	Distribusi jawaban responden variabel Kualitas Produk (X1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.6	Distribusi jawaban responden variabel Promosi (X2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.7	Distribusi jawaban responden variabel Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.

Tabel IV.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.10	Analisis Regresi Linear Berganda ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.11	Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV. 12	Uji t	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.13	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka pemikiran	Error! Bookmark not defined.
-------------	--------------------------	-------------------------------------

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Jadwal Penelitian
- Lampiran : Surat Pernyataan Selesai Penelitian
- Lampiran : Kuesioner Penelitian
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran : Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran : Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk
- Lampiran : Uji Validitas dan Realiabilitas Promosi
- Lampiran : Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian
- Lampiran : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (X1)
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (X2)
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (Y)
- Lampiran : Tabel Distribusi r
- Lampiran : Tabel Distribusi F
- Lampiran : Tabel Distribusi t
- Lampiran : Sertifikat SPSS
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat Organisasi
- Lampiran : Hasil Cek Plagiasi
- Lampiran : Biodata

ABSTRAK

Meyossa Namira Andjani/212020264/2024/Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama dan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi dengan tingkat signifikansi 10%. Hasil analisis Regresi Linier Berganda variabel Kualitas Produk dan Promosi mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk dan Promosi secara Bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dengan nilai Fhitung 143,092 > Ftabel 2,36. Sedangkan secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai thitung sebesar 7,430 > nilai ttabel sebesar 1,290. Promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai thitung sebesar 2,698 > nilai ttabel sebesar 1,290. Analisis Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 74,2% perubahan terhadap Keputusan Pembelian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian, sedangkan sisanya 25,8% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Meyossa Namira Andjani/212020264/2024/The Influence of Product Quality and Promotion on Asus Smartphone Purchase Decisions at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang.

This study aims to determine the influence of Product Quality and Promotion jointly and partially on Purchasing Decisions at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang. This study used 100 samples, the sampling technique used a nonprobability sampling technique by accidental sampling. The type of research used is associative, and the data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The analysis technique used is Multiple Linear Regression analysis, F test, t-test, and Coefficient of Determination with a significance level of 10%. The results of the Multiple Linear Regression analysis of the variables Product Quality and Promotion variables have a positive influence on Purchasing Decisions. The results of the research show that there is an influence of Product Quality and Promotion together on Purchasing Decisions at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang with a Fcount value of 143, 092 > Ftable 2.36. While partially Product Quality (X1) has a significant effect on Purchasing Decisions with a tcount of 7.430 > ttable value of 1.290. Promotion (X2) has a significant effect on purchasing decisions with a tcount of 2.698 > ttable value of 1.290. Analysis of the Coefficient of Determination shows that 74.2% of the change in Purchasing Decisions at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang are caused by the large contribution of the independent variable to the dependent variable in the study, while the remaining 25.8% is caused by other variables not present in this study.

Keywords : product quality, Promotion, and buying decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan baik yang bergerak dalam bidang penyedia barang maupun jasa. Perusahaan yang sukses dalam mengelola perusahaannya berarti berhasil mengatur strategi pemasarannya. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan, untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan laba. Pemasaran mencakup beberapa aspek individual, kelompok, maupun organisasi dalam melakukan perencanaan, penetapan harga, promosi serta distribusi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik berupa barang maupun jasa sehingga tercipta kepuasan konsumen.

Pemasaran sangat berhubungan erat dengan perilaku konsumen. Menurut Sri dan Nadia (2021:2) Perilaku konsumen adalah penelitian mengenai cara individu, kelompok, dan entitas organisasi mengambil keputusan dalam memilih, memperoleh, dan menggunakan barang, layanan, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.

Menurut Alma (2013:96), keputusan pembelian merupakan hasil dari pengaruh berbagai faktor seperti ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, dan proses. Faktor-faktor tersebut membentuk sikap konsumen dalam memproses informasi dan mengambil keputusan untuk membeli produk tertentu. Sementara itu, Machfoedz (2013:44)

menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses evaluasi dan pemilihan di antara beberapa alternatif yang sesuai dengan kepentingan tertentu, dengan tujuan memilih opsi yang dianggap paling menguntungkan. Dari berbagai pandangan ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah bagian integral dari perilaku konsumen, baik itu individu, kelompok, maupun organisasi, yang melibatkan penentuan opsi yang dianggap memuaskan atau menguntungkan.

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah tingkat kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu strategi utama bagi pemasar dalam menentukan posisi produknya di pasar. Tingkat kualitas memiliki pengaruh signifikan terhadap performa suatu produk atau layanan, sehingga erat kaitannya dengan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Apabila produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik, maka kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Selain kualitas produk, promosi merupakan faktor yang turut memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Buchory dan Saladin (2018:56), promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan program-program pemasaran dengan cara yang meyakinkan kepada audiens atau calon pelanggan, dengan tujuan mendorong terjadinya transaksi perdagangan antara perusahaan dan audiens tersebut. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu strategi pemasaran.

Telekomunikasi merupakan salah satu bidang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Secara tidak langsung *Smartphone* telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, namun

banyak juga fitur menarik yang dapat diakses seperti game, *browsing* internet, bisnis, foto, video, pendidikan, program Microsoft, dan lain-lain. Karena kebutuhan masyarakat yang beragam dengan keinginan yang mudah, cepat dan instan membuat penggunaan *Smartphone* dari tahun ke tahun semakin bertambah. Ada banyak merek *Smartphone* yang dapat kita temui pada saat ini yaitu samsung, iphone, oppo, vivo, realme, dan asus.

Asus adalah sebuah perusahaan elektronik dan perangkat keras multinasional yang berkantor pusat di Distrik Beitou, Taipei, Taiwan. Asus didirikan pada tahun 1989 di kota Taipei, Republik Tiongkok oleh T.H. Tung, M.T. Liao, Wayne Hsieh, Ted Hsu. Asus adalah perusahaan terbesar kelima di dunia dalam industri pembuatan komputer setelah HP, Lenovo, Dell, dan Acer. Di samping memproduksi perangkat keras komputer, Asus juga menghasilkan berbagai produk lainnya seperti laptop, Netbook, panel LED/LCD, monitor, motherboard, kartu grafis, tablet PC, dan smartphone. Asus meluncurkan Smartphone pertamanya bernama Zenfone. Ada tiga seri yang diperkenalkan kepada publik, yakni Zenfone 4, Zenfone 5, dan Zenfone 6. Peluncuran di Jakarta, pada 15 april 2014, ini juga menandai peluncuran di wilayah Asia Tenggara. Posisi Smartphone Asus dalam Top Brand Indeks dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel I.1
Top Brand Index Kategori *Smartphone* 2023

Brand	TBI	Grafik
Samsung	34.00%	TOP
Iphone	24.70%	TOP
Oppo	14.90%	TOP
Xiaomi	11.40%	
Vivo	7.40%	
Realme	3.40%	
Asus	0.50%	

Sumber : www.topbrand-award.com 2023

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat pada data dari *Top Brand* tahun 2023 bahwa *Smartphone* Asus menempati posisi paling rendah dengan TBI (*Top Brand Index*) sebesar (0.50%) sehingga membuat *Smartphone* Asus tertinggal oleh pesaingnya seperti *Smartphone* Samsung yang menempati posisi TOP pertama dengan TBI sebesar (34.00%) kemudian pada TOP kedua diraih oleh *Smartphone* Iphone dengan TBI sebesar (24.70%) dan pada TOP ketiga terdapat *Smartphone* Oppo sebesar (14.90%). Oleh karena itu peneliti tertarik dan beranggapan bahwa *Smartphone* Asus adalah produk yang layak untuk dijadikan objek penelitian.

Selanjutnya penulis melakukan survei awal yang dilakukan dengan cara mewawancarai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang mengenai *Smartphone* Asus. Hasil dari observasi penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang terdapat beberapa alasan mahasiswa kurang menyukai *Smartphone* Asus diantaranya performa mesin yang rendah, pengisian daya baterai lama dan lambat, kualitas kamera yang kurang baik, iklan yang jarang terlihat, promosi yang rendah dan kurangnya memberikan potongan harga.

Setelah melakukan survei awal tersebut penulis mendapatkan permasalahan. Selanjutnya penulis melakukan pra riset yang pernyataannya didapatkan dari survei awal yang dilakukan pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang sebanyak 30 orang.

Berdasarkan hasil pra riset kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang pernah menggunakan *Smartphone* Asus ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel I.2
Hasil pra riset mengenai keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

No	pernyataan	setuju	Tidak setuju
1	Membeli <i>Smartphone</i> Asus karena keinginan dan berminat membeli	20	10
2	Merek <i>Smartphone</i> Asus terkenal sehingga ingin membeli	14	16
3	<i>Smartphone</i> Asus mudah ditemukan	11	19
4	Performa mesin yang baik	8	22
5	Pengisian daya baterai sangat cepat	13	17
6	Kualitas kamera yang baik	15	15
7	Iklan yang sering terlihat	8	22
8	Promosi dilakukan sangat gencar diberbagai media	6	24
9	<i>Smartphone</i> Asus sering memberikan potongan harga	13	17
Jumlah		30 responden	

Sumber : Hasil Wawancara Pra Riset 2023

Berdasarkan Tabel I.2, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pernyataan 1,2 dan 3 : Membeli *Smartphone* Asus karena keinginan dan berminat membeli, Merek *Smartphone* Asus terkenal sehingga ingin membeli, *Smartphone* Asus mudah ditemukan. Kesimpulan didapat :

banyak responden yang berminat dan berkeinginan membeli smartphone asus. Kemudian sebagian besar responden tidak setuju bahwa Merek Smartphone Asus terkenal dan Smartphone Asus mudah ditemukan. Ini menunjukkan bahwa ada masalah pada keputusan pembelian.

2. Pernyataan 4,5 dan 6 : Performa mesin yang baik, Pengisian daya baterai sangat cepat dan Kualitas kamera yang baik. Kesimpulan didapat : banyak responden yang tidak setuju bahwa performa mesinnya baik, dan pengisian daya baterai yang sangat cepat. Sedangkan sebagai responden tidak setuju bahwa kualitas kamera *Smartphone* Asus baik. Ini menunjukkan bahwa ada masalah dari sisi kualitas produk.
3. Pernyataan 7, 8 dan 9 : Iklan yang sering terlihat, Promosi dilakukan sangat gencar diberbagai media dan Smartphone Asus sering memberikan potongan harga. Kesimpulan yang didapat : banyak responden yang tidak setuju terhadap pernyataan iklan Smartphone Asus sering terlihat, Promosi dilakukan sangat gencar diberbagai media dan Smartphone Asus sering memberikan potongan harga. Ini menunjukkan bahwa ada masalah dari sisi promosi.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Asus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait serta langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis atau Peneliti

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* asus serta peneliti dapat menjadikan ini sebagai pengalaman belajar dan menerapkan metode yang di peroleh selama kuliah.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan kualitas produk, promosi 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

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Bandung: Alfabeta.
- Buchory., A, dan Saladin, D. 2018. Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung: CV. Linda Karya.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Kotler & Philip Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: PrenticeHall Published.
- Laksana (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV. Al Fath
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern* . Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9*. Jakarta : Salemba Empat.
- Putra, Y. P., Ulfiya, D., dan Slahanti M., (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* Samsung. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 433-442.
- Rachbini, Widiarto dkk. 2020. *METODE RISET EKONOMI & BISNIS Analisis Regresi-SPSS & SEM-Lisrel*. Jakarta Selatan : INDEF
- Rahayu, Sri dan Nadia Afrilliana. (2021). *perilaku konsumen*. Palembang: CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *DASAR METODE PENELITIAN* . Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., dan Poluan, J. G., (2021) Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Smartphone* Samsung di Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 919-928.

Tjiptono. F (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2. Andi Offset*. Yogyakarta.

Tjiptono. F. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi