

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVO *SMARTPHONE*  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : Anisya Shamaya Putri**

**NIM : 212020013**

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

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN**  
**PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVO**  
**SMARTPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS**  
**MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

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



**Nama : Anisya Shamaya Putri**

**NIM : 212020013**

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

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisya Shamaya Putri  
NIM : 212020013  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Vivo *Smartphone* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

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, Mei 2024  
  
Anisya Shamaya Putri

Fakultas Ekonomi dan bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

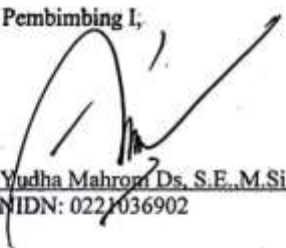
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

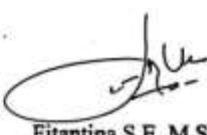
Judul :Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan  
Pembelian Vivo *Smartphone* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah  
Palembang.

Nama : Anisya Shamaya Putri  
NIM : 212020013  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal. *05/05/2024*  
Pembimbing II,

Pembimbing I,

  
Yudha Mahroni Ds, S.E., M.Si., Dr  
NIDN: 0221036902

  
Fitantina.S.E., M.Si  
NIDN: 0028026301

Mengetahui,  
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



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

## MOTO

- ❖ “Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang
- ❖ “Meski sering gagal, aku tidak pernah berpikir bahwa angan-anganku itu adalah sesuatu yang tidak mungkin. Karena jika sekali saja aku berpikir seperti itu, maka kekuatan untukku bertahan pun akan menghilang. Jadi, tidak peduli saya terlihat ceroboh dan bodoh, saya selalu berpikir bahwa saya pasti bisa.” – Geulbaewoo
- ❖ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Al-Baqarah :286)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Papa tersayang (Devi Aswan) dan  
Mama tersayang (Yuni Artati)
- ❖ Kakak (Jaka Julian Kusuma) dan  
Mbak (Bella Dwi Audina)
- ❖ Teman-temanku
- ❖ Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

○ PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul "Pengaruh Budaya Organisasi, komunikasi, dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada kantor DPRD provinsi Sumatera Selatan". Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Devi Aswan dan Ibu Yuni Artati yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. 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 Mister Candra, S.Pd., M.Si.

selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Yudha Mahrom, Ds, S.E., M.Si. dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si . selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Hj. Kholilah, S.E., M.Si. dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si. selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
7. Terima kasih banyak juga untuk Kakak (Jaka Julian Kusuma) dan Mbak (Bella Dwi Audina dan Astariani), Sahabat-sahabat seperjuangan terbaikku (Nadila Roza Apriliana, Nanda Dwi Agustiara, Tri Fadillahtul Munawaroh, dan Mariska Natasia) dan juga seseorang yang selalu menemani aku yaitu (Naufal Ahmad Rizki ) serta seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.**

Palembang, Agustus 2023  
Penulis,

Nama Anisya Shamaya Putri  
NIM : 212020013

## 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>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka .....	9
B. Penelitian Sebelumnya .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	25
D. Hipotesis .....	25



<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian .....	25
B. Lokasi Penelitian .....	25
C. Operasionalisasi Variabel .....	26
D. Populasi dan Sampel.....	26
E. Data yang Diperlukan .....	28
F. Metode Pengumpulan Data .....	29
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.2 Alasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tidak Memilih Vivo Smartphone.....	5
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator.....	26
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas.....	44
Tabel IV.3 Keputusan Pembelian.....	45
Tabel IV.4 Kualitas Produk.....	47
Tabel IV.5 Harga.....	49
Tabel IV.6 Promosi.....	51
Tabel IV.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel IV.8 Hasil Uji F (Simultan).....	54
Tabel IV.9 Hasil Uji t (Parsial).....	56
Tabel IV.10 Hasil Koefisien Determinasi.....	57

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	10
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar IV.1 Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar IV.2 Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	42
Gambar IV.3 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar IV.4 Responden Berdasarkan Semester Pendidikan.....	44
Gambar IV.5 Responden Berdasarkan Fakultas.....	44

## **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 : Hasil Plagiat Turnitin
- Lampiran 11 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 12 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 13 : Sertifikat SKPI
- Lampiran 14 : Sertifikat AIK
- Lampiran 15 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 16 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 17 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 18 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

**Anisya Shamaya Putri, Yudha Mahrom, Fitantina / Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Vivo *Smartphone* Pada Mahasiswa Universitas**

### **Muhammadiyah Palembang**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Vivo *Smartphone* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif, variabel yang digunakan adalah Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil dengan metode *Purposive Sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil penelitian dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Vivo *Smartphone* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, ada pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Vivo *Smartphone* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi mampu berkontribusi terhadap naik turunnya Keputusan Pembelian sebesar 45,5%

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

## **ABSTRACT**

***Anisya Shamaya Putri, Yudha Mahrom, Fitantina / The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions among Muhammadiyah University Students in Palembang.***

*This research aims to determine the influence of Product Quality, Price and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions among Muhammadiyah University Palembang students simultaneously and partially. This type of research uses associative research, the variables used are Purchasing Decisions, Product Quality, Price and Promotion. The sample used was 100 respondents taken using the Purposive Sampling method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression, F and t hypothesis testing and the coefficient of determination. The results of research from multiple linear regression show that product quality, price and promotion have a positive influence on Vivo Smartphone purchasing decisions among Muhammadiyah University Palembang students. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is a significant influence of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. Partially, it shows that there is a significant influence of Product Quality on Purchasing Decisions, there is a significant influence of Price on Purchasing Decisions and there is a significant influence of Promotion on Vivo Smartphone Purchase Decisions among Muhammadiyah University Palembang Students. The results of the coefficient of determination show that the variables Product Quality, Price and Promotion are able to contribute to the rise and fall of Purchasing Decisions by 45.5%*

***Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchasing Decisions***

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, M. R., & Nasution, F. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi pada Kantor Pusat Vidha Ponsel di Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(2), 94–101. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i2.1842>
- Arief, Verensia Octavia; Lestari, Retno B. . (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 210-219.
- Asiati, D. I., Aji, G. B., Ngadi, T., Ningrum, V., Kurniawan F. E. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Budiarti, R., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1–14.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research And Consulting Institute.
- Danang, Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Elini, E., & Syaifullah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 40–56. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.650>
- Hasan, M. I. (2018). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing Global Edition (17th Ed.)*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas
- Putri, A. R. D., & Kurnianingsih, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 82–90. <https://doi.org/10.54783/jk.v5i1.533>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.); 3rd ed.)*. Bandung: Alfabet.
- Sujarweni, W. (2021). *Manajemen Keuangan Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Syahputra, R. R., & HErman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Keputusan Menginap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja*. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yani, R. S., Treysha, I. B., & Sukarsa, A. (2022). Brand Image Indicator on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in Pamulang University Students, Faculty of Economics and Business, Management Study Program. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 319-328.