

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE
VIVO DI KECAMATAN ILIR TIMUR 1 KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Syahfitri Dwi Putri

Nim : 212021028

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE
VIVO DI KECAMATAN ILIR TIMUR 1 KOTA PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Syahfitri Dwi Putri

Nim : 212021028

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahfitri Dwi Putri
Nim : 212021028
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsetrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh kualitas produk harga dan citra merk terhadap
kepuasan konsumen Produk Smartphone Vivo
di Kecamatan Ilir Timur I Kota 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.

Palembang, Mei 20252



Syahfitri
Syahfitri dwi putri

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh kualitas Produk Harga dan Citra merek
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vivo di
Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang
Nama : Syahfitri Dwi Putri
Nim : 212021028
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2025
Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.SI.
NIDN: 0219048501



Gumar Herudiansyah, SE.MM
NIDN : 0202039203

Mengetahui
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, SE., M.Si. CHRO
NIDN : 0229057501

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

MOTTO:

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadikan takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”.

(Umar bin khattab)

PERSEMBAHAN:

Dengan rasa syukur yang mendalam, telah diselesaikannya Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ucapan syukur dan terimakasih kepada Allah SWT, yang tak henti-hentinya memberikan petunjuk dan memberikan kelancaran atas terselesainya skripsi saya.
2. Terima kasih untuk alm Papaku (Kgs. M. Sholeh) dan Mamaku (Yusroneti) atas segala dukungan, arahan dan nasehat-nasehatnya.
3. Kakak Tersayangku (Shalesti Oktarenti, SE) yang selalu mengasih memberikan dukungan kepada saya

PRAKATA



Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarrakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt sebagai rasa syukur atas segala nikmat, rahmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Emina Di Kota Palembang”. Dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan untuk menyelesaikannya. Serta penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Kgs.M. Soleh Syahabuddin (Alm) dan Ibunda Yus Raneti yang telah mendidik, memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, mendoakan agar diberikan kelancaran urusan dan memberikan motivasi untuk penulis serta banyak hal yang mereka perjuangan untuk saya. Penulis juga menghaturkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Maftuha Nurrahmi, SE., M.Si selaku pembimbing 1 dan Bapak Gumar Herudiansyah SE.MM selaku pembimbing II penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan, saran dan didikan yang tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih pula kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. 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 selaku Ketua Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku sekretaris program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah SE.M.M selaku dosen pembimbing.
6. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si dan Bapak Arraditya Pernama, SE., M.M selaku dosen Penelaah.
7. Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu serta membimbing saya dari awal sampai dengan semester akhir.
8. 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.
9. Kedua Orang tua ku tersayang alm Papaku (Kgs.M.Sholeh) dan Mamaku (Yusroneti) yang tak berhenti mendoakan adek dalam menyelesaikan skripsi ini. Doakan anak mu ini sukses mama dan papa semoga mama sehat terus ya panjang umur dan papa Bahagia selalu di surganya allah Puput sayang kalian.
10. Untuk Kakakku tersayang (Shalesti Oktarenti, SE) terima kasih doanya untuk adek semoga adek bisa membahagiakan kalian dengan baik, doakan adek sukses setelah ini biar kita bisa hidup enak. Adek selalu berdoa kita berdua menjadi anak yang sholeh dan sukses bahkan lebih sukses dari kakak satu kata yang tidak pernah adek ucapkan yaitu adek sayang sama kakak.
11. Terima kasih kepada sahabat-sahabatku terbaik yaitu Siti Maria, Khoirunnisa, dan Ruli Arista untuk saling suportnya senang bisa ketemu sama kalian dari semester 1 sampai sekarang.

12. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan skripsi ini Semoga Allah SWT membalas budi baik seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, pada semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya.

Palembang, Desember 2024

Syahfitri dwi putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Penelitian Sebelumnya	25
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	37

BAB III PEMBAHASAN METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Operasional Variabel.....	39
D. Populasi Dan Sampel	40
E. Data yang Diperlukan	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Analisis data dan teknik analisis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil penelitian.....	51
B. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Smartphone 2021-2024.....	5
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Observasi Di Kecamatan Ilir Timur 1 Palembang.....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Riset Smartphone Vivo Di Kecamatan Ilir Timur 1 Palembang.....	7
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel IV.7 Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	57
Tabel IV.8 Jawaban Responden Kualitas Produk	60
Tabel IV.9 Jawaban Responden Harga.....	63
Tabel IV.10 Jawaban Responden Citra Merek.....	66
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel IV.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel IV.13 Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel IV.14 Hasil Uji Hipotesis F (Simultan).....	73
Tabel IV.15 Hasil Uji Hipotesis T (Simultan).....	74
Tabel IV.16 Koefisien Determinasi.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabel Tabulasi Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X1),
Harga (X2), Dan Citra Merek (X3)
- Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 5 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1)
- Lampiran 6 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Harga (X2)
- Lampiran 7 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Citra Merek (X3)
- Lampiran 8 : Hasil Regresi Linier Berganda Uji F, Hasil Uji T, Dan Koefisien
Determinasi
- lampiran 9 : tabel nilai t_{tabel}
- lampiran 10 : tabel nilai r_{tabel}
- lampiran 11 : tabel nilai f_{tabel}
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Selesai Riset Dari Tempat Penelitian
- Lampiran 13 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 14 : Cek Plagiat Turnitin
- Lampiran 15 : Sertifikat Aik
- Lampiran 16 : Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 18 : Sertifikat Skpi Pelatihan Telkomsel
- Lampiran 19 : Sertifikat Skpi Pelatihan Paltv
- Lampiran 20 : Sertifikat Skpi Pelatihan Ojek
- Lampiran 21 : Sertifikat Skpi Pelatihan Esas
- Lampiran 22 : Sertifikat Skpi Pelatihan Spss
- Lampiran 23 : Biodata Penulis

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Pernah Pakai Vivo.....	55
Gambar IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Vivo.....	56

ABSTRAK

Syahfitri Dwi Putri, Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, Gumar Herudiansyah SE.M.M / Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo Di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian *smartphone* vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 kota Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, variabel yang digunakan adalah Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek. 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 liner berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil penelitian dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang, ada pengaruh signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian dan ada pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Vivo DiKecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek mampu berkontribusi terhadap naik turunnya Keputusan Pembelian sebesar 69,4 %.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Syahfitri Dwi Putri, Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, Gumar Herudiansyah SE.M.M / The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Vivo Smartphone Purchase Decisions in Ilir Timur 1 District, Palembang City

This study aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on the decision to purchase a Vivo smartphone in Ilir Timur 1 District, Palembang City simultaneously and partially. This type of research uses associative research, the variables used are Purchase Decision, Product Quality, Price, and Brand Image. The sample used was 100 respondents taken using the purposive side method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression, F and t hypothesis tests and the coefficient of determination. The results of the study from multiple linear regression indicate that Product Quality, Price, and Brand Image have a positive effect on the decision to purchase a Vivo smartphone in Ilir Timur 1 District, Palembang City. The results of the simultaneous hypothesis test show that there is a significant effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions. Partially shows that there is a significant effect of Product Quality on the decision to purchase a Vivo smartphone in Ilir Timur 1 District, Palembang City, there is a significant effect of price on Purchasing Decisions and there is a significant effect of Brand Image on the Decision to Purchase a Vivo smartphone in Ilir Timur 1 District, Palembang City. The results of the determination coefficient show that the variables Product Quality, Price, and Brand Image are able to contribute to the rise and fall of Purchasing Decisions by 69.4%.

Keywords: Product Quality, Price, and Brand Image and Purchasing Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepentingan manusia terhadap teknologi semakin meningkat dan didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cepat. Perkembangan teknologi berkembang secara meluas dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia dapat dilihat dalam waktu beberapa tahun kebelakang. Bahwa pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran atau meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan baru dengan menciptakan, serta menghantarkan, yang mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut samurwan dalam indrasari (2019:4) pemasaran merupakan satu proses bagaimana dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen baik barang atau jasa diproduksi agar terjadi transaksi antara produsen dan konsumen.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen menurut kotler dan keller yang dikutip dalam buku meithiana indrasari (2019.16) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana, individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan demikian, teori perilaku konsumen merupakan sebuah teori berupa studi yang mempelajari bagaimana seseorang konsumen mencari, memilih, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

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

Kualitas Produk adalah salah satu Faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian karena suatu perusahaan di tuntut untuk mewujudkan sebuah produk kualitas yang baik. Dalam melakukan keputusan pembelian Smartphone salah satunya kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:253) kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang berhubungan pada kemampuannya dalam memuaskan konsumen, kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Definisi ini berfokus kepada konsumen dan bagaimana konsumen melihat suatu produk untuk memenuhi tujuan tertentu.

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian yang tidak bisa disampingkan oleh perusahaan. 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). Jika harga terlalu tinggi maka produk yang ditawarkan tidak terjangkau oleh konsumen, dan sebaliknya jika harga terlampau murah maka sebagian konsumen akan mempersepsikan kualitas dari produk tersebut buruk.

Harga juga menentukan keberhasilan sebuah perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diterima perusahaan. Beberapa tahun terakhir ini, dunia dipenuhi dengan tumbuh pesatnya industri teknologi informasi (it) dimana masyarakat juga mempunyai keinginan untuk mengala perkembangan informasi yang semakin canggih. Kebutuhan akan alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dihidang telekomunikasi.

Harga hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada suatu produk merupakan citra merek. Citra merek juga faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen citra merek disebut sebagai memori merek yang berisi interpretasi tentang atribut atau karakteristik produk, manfaat produk, sinasi penggunaan, serta karakteristik pemasar. Merek yaitu nama, istilah, tanda, simbol, simbol atau lanhang, dewin, wama, gerak atau kombinasi atribut-atribut dalam sebuah produk yang memberikan identitas dan pembeda dari produk pesaing merek yang memiliki emosi positif dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan (kotler dan keller, 2021:194).

Perkembangan teknologi telekomunikasi di indonesia saat ini mengalami kemajuan pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna smartphone yang terus meningkat. Pilihan konsumen pada smartphone semakin seragam. Saat ini smartphone tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu. Indonesia merupakan salah satu calon pasar penjualan smartphone, karena tingkat permintaan untuk kategori smartphone sangatlah tinggi. Terdapat beberapa merek smartphone yang bersaing

dalam bisnis ini di Indonesia antara lain: Samsung, Apple, Oppo, Vivo, Xiaomi, dan masih banyak lagi. Merek Vivo salah satu merek smartphone yang cukup dikenal saat ini baik dikalangan menengah keatas ataupun kebawah di Kecamatan Ilim Timur 1 Kota Palembang salah satunya yaitu brand Vivo, Vivo atau Vivo Technology Co. Ltd. Adalah sebuah perusahaan elektronika asal Dongguan, Guangdong, Tiongkok. Perusahaan ini adalah anak dari BBK Electronics. Dikomandoi oleh Shen Wei, perusahaan ini memproduksi ponsel pintar, perangkat sandang, dan layanan berbasis digital. BBK Electronics juga memiliki Oppo, Realme dan OnePlus. Perusahaan Vivo mengembangkan perangkat lunak untuk ponsel, didistribusikan melalui App Store Vivo, dengan iManager termasuk dalam kepemilikan mereka, sistem operasi berbasis Android, Funtouch OS.

Vivo inilah yang membuat sebagian masyarakat Ilim Timur 1 Kota Palembang memakai Android serta sebagian juga memakai iPhone. Ada juga yang menggunakan keaktifitasan berkomunikasi, untuk memudahkan dalam melakukan browsing, chatting, dan bahkan ada juga yang menggunakan hanya mengikuti trend atau gengsi. Beberapa masyarakat Kecamatan Ilim Timur 1 Kota Palembang mengatakan bahwa mereka bangga dengan menggunakan Android dan mereka juga puas dengan kualitas dari produk tersebut.

Tetapi apakah harga Android itu sendiri masih terjangkau, meskipun mereka para masyarakat menggunakan produk Android sebagian dari mereka yang menjadi sampel mengatakan bahwa harga produk Android tidak untuk kalangan bawah karena mengingat harga Android yang lumayan murah dari pada iPhone.

Smartphone Vivo adalah salah satu Smartphone yang berasal dari negara China yang sudah masuk ke negara Indonesia. Persaingan teknologi yang semakin menarik dan Smartphone Vivo salah satu Smartphone yang Namanya sudah mulai dikenal dikalangan masyarakat khususnya Di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

Smartphone Vivo tidak dalam posisi teratas dalam jumlah penjualan yang dikarenakan ketatnya persaingan yang terjadi di era Smartphone. Guna meningkatkan penjualan, Smartphone Vivo harus lebih memperhatikan strategi untuk dapat meningkatkan penjualan. Berikut ini terdapat top brand Smartphone pada tahun 2024.

Tabel I.I

Top Brand Index Smartphone 2020-2024

No	Brand	2020	2021	2022	2023	2024
1	Samsung	46.50%	37.10%	33.00%	32.90%	37.10%
2	Oppo	17.70%	19.30%	20.60%	23.40%	19.30%
3	Iphone	14.00%	11.00%	12.00%	12.40%	14.40%
4	Vivo	7.90%	7.90%	9.70%	9.70%	8.50%
5	Xiaomi	10.10%	12.40%	11.20%	10.60%	7.00%

Sumber: www.topbrand-award.com,2024

Tabel I.I memperlihatkan tahun 2024 bahwa Smartphone Vivo menduduki peringkat paling bawah sebesar 8,50% sehingga tertinggal oleh para pesaingnya, dan yang pastinya minat konsumen terhadap Smartphone Vivo sangat jauh dari Smartphone di atasnya. Konsumen juga memberikan keterangan dan alasan mengapa mereka tidak menyukai pada produk Smartphone Vivo.

Berkaitan dengan hal tersebut, untuk membuktikannya penulis melakukan wawancara terhadap 30 responden untuk berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Vivo.

Peneliti mencoba bertanya kepada 30 responden untuk mengetahui berapa merek yang digunakan di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

Tabel I.2
Alasan Warga Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang

No	pernyataan	jumlah (orang)
1	Kualitas kamera vivo Smartphone yang kurang baik	2
2	Harga vivo smartphone yang tidak sebanding dengan kualitas spesifikasi vivo smartphone masih kurang memadai sehingga	1
3	mudah error jika bermian game	1
4	baterai vivo cepat panas	1
jumlah		5

Sumber: Hasil wawancara observasi Di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang, 2024

Berdasarkan table II.I di atas dapat di ketahui bahwa smartphone vivo masih berada di urutan kelima dari 5 merek smartphone yang di gunakan oleh kalangan Masyarakat Di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. Berdasarkan wawancara observasi di atas, berikut ini juga di peroleh hasil dari wawancara awal kepada 30 masyarakat sebagai responden yang ada di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. Dipilihnya lokasi penelitian ini karena di lingkungan Kecamatan Ilir Timur 1 banyak di jumpai masyarakat yang menggunakan Smartphone vivo.

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

Tabel I.3
Hasil Pra Riset

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1	Membeli smartphone vivo karena mampu memenuhi kebutuhan.	12	18
2	Memutuskan untuk membeli karena popularitas mereknya.	10	20
3	Membeli smartphone vivo karna kemudahan dalam membelinya.	12	18
4	Fitur pada smartphone vivo tidak berbayar.	12	18
5	Banyak orang tertarik membeli smartphone vivo karena desainnya yang menarik.	5	25
6	Kapasitas batre tahan lama.	11	19
7	Harganya smartphone vivo sangat murah.	13	17
8	Harga smartphone vivo sangat sesuai dengan kualitas yang dimiliki.	10	20
9	Harga smartphone vivo sesuai dengan manfaatnya dalam pemakaian jangka panjang.	10	20
10	Merek smartphone vivo mudah diingat.	14	16
11	Produk smartphone vivo semakin banyak dikenal dikalangan masyarakat.	7	23
12	Smartphone vivo memiliki merek ataupun bentuk camera yang menarik.	6	24
Jumlah		30 responden	

Sumber: Hasil pra Riset Di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang,2024

Berdasarkan hasil pra riset ditemukan beberapa masalah terkait keputusan pembelian pada produk smartphone vivo, terhadap beberapa variabel konsumen melakukan keputusan pembelian, sebanyak 12 responden setuju bahwa mereka membeli produk tersebut karna kualitasnya dan 18 responden menyatakan tidak setuju. Selain itu 10 responden setuju memilih produk tersebut karna banyak

pilihannya dan 20 responden tidak setuju. Selain itu hanya ada 12 responden yang membeli produk tersebut karena memiliki banyak manfaatnya, sedangkan 18 responden tidak setuju dengan pendapat tersebut.

variabel kualitas produk, hanya ada 12 responden yang setuju bahwa fitur yang dimiliki Smartphone vivo ada pada merek lain, sedangkan 18 responden tidak setuju dengan pendapat tersebut. Terdapat sebanyak 5 responden setuju bahwa fitur pada smartphone vivo tidak berbayar, sedangkan terdapat 25 responden yang tidak setuju. Selain itu hanya ada 11 responden setuju bahwa kapasitas baterai tahan lama, sedangkan 19 responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

variabel harga, hanya ada 13 responden yang setuju bahwa harganya tidak sesuai kualitas, sedangkan yang tidak setuju 17 responden. Terdapat sebanyak 10 responden setuju bahwa harganya tidak sesuai manfaat dalam pemakaian jangka Panjang, sedangkan 20 responden yang tidak setuju. Selain itu hanya ada 10 responden setuju bahwa harganya terlalu mahal, sedangkan yang tidak setuju 20 responden.

variabel citra merek, hanya ada 14 responden yang setuju bahwa merek hp vivo dapat diingat secara mudah, sedangkan yang tidak setuju 16 responden. Terdapat sebanyak 7 responden setuju bahwa produk hp vivo semakin banyak dikenal dikalangan Masyarakat, sedangkan 23 responden yang tidak setuju. Selain itu hanya ada 6 responden setuju bahwa smartphone vivo memiliki ciri khas pada produknya, sedangkan yang tidak setuju 24 responden.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dengan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai informasi untuk menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan.

3. Bagi almamater

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi suatu tambahan sebagai perkembangan bagi penelitian selanjutnya sebagai pertimbangan bagi yang menghadapi masalah yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ita Evy Widiastuti, Suparmono, dan Muhammad Manar Barmawi (2020), Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta.
<https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/130/68>
- Iyowan May Ozifai, Khusnul Fikri, Hichmaed Tachta Hinggo (2024), Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian TWS Merek Xiaomi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Pekanbaru).
<https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1162/394>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler, (2016). *Marketing management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Amrstrong (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga.
- Setyo Rini1, Ika Susilowati (2024), Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Smartphone Oppo di Kabupaten Kebumen).
<http://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/525/387>
- Firmansyah, Anang, M (2019). *Pemasaran (dasar dan konsep) Cetakan Pertama*.
- Sjoraida, d.f., Risdwiyanto, a., Hardian, a., Meidasari m, e (2023). Pengaruh Social Media Marketing, kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo.
<https://www.journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/1528>
- Kotler, Philip. (2017). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta: Perhallindo.
- Lupiyadi, Rambat. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Diah Isnaini Asiati, Wani Fitriah, Ervita Safitri, Maftuhah Nurrahmi, dan Choiriyah (2019). *Metodelogi Penelitian Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- Setiadi, J. Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.*
- Swastha, B. (2013). Manajemen penjualan. Yogyakarta: BPFPE.*
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuanlitatif, dan R&D). Bandung: Albeta*
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Alfabeta, Bandung.*
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.*
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012), Dasardasar Pemasaran, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.*
- Tjiptono, Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2016), Service, Quality dan Satisfaction, Andi Offset, Yogyakarta.*
- Tjiptadi, M. (2021). Konsep Pemasaran dan ProsesManajemen Pemasaran. Jakarta: pustaka.ut.ac.id*
- Arsil Syahroni, Tama Krisnahadi, Ridho Rafqi Ilhamalimy (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.*
<http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA/article/view/743/600>