

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

**SKRIPSI**



**Nama : Sofia Husna**

**NIM : 212021251**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

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



**Nama : Sofia Husna**

**NIM : 212021251**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2025**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sofia Husna  
Nim : 212021251  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagian 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 2025  
  
Sofia Husna

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

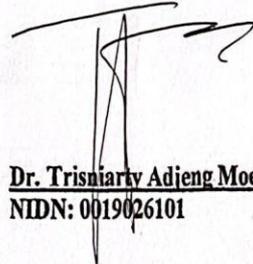
**Judul: Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan  
Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara**

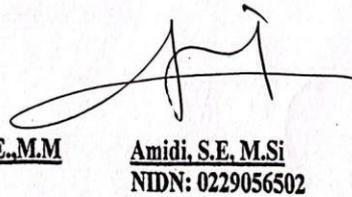
**Nama : Sofia Husna**  
**Nim : 212021251**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**  
**Program studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Pemasaran**

**Diterima dan disahkan  
Pada tanggal, Mei 2025**

**Pembimbing I,**

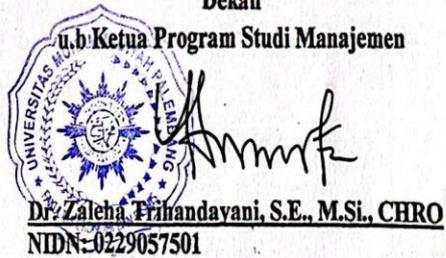
**Pembimbing II,**

  
**Dr. Trisniarty Adjeng Moelvati, S.E., M.M**  
**NIDN: 0019026101**

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

**Mengetahui,  
Dekan**

**u.b Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Dr. Zaleha Frihandavani, S.E., M.Si., CHRO**  
**NIDN: 0229057501**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal itu amat baik bagimu, boleh jadi pula kamu amat menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedangkan kamu tidak.”

(Al-Baqarah 216)

“Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allah (dalam setiap urusan) serta janganlah sekali-kali engkau merasa lemah.”

(H.R. Muslim)

### **PERSEMBAHAN :**

Bismillahirrahmanirrahim saya persembahkan skripsi ini khusus kepada :

1. Cinta pertama dan panutanku Almarhum Ayah tercinta Syahril Malay, beliau adalah sosok ayah yang pekerja keras dan penyayang meski beliau tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun berkat didikan, pesan serta motivasi dan dukungan dari beliau kini saya Sofia Husna bisa menjalankan amanat terakhir beliau untuk menyelesaikan pendidikan saya di bangku perkuliahan.
2. Pintu Surgaku Ibuku tersayang Ani Mariana, beliau sangat berperan penting dalam proses penyelesaian studi penulis, beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun beliau tidak henti memberi semangat serta do'a disetiap sujudnya yang selalu mengiringi langkah saya sehingga saya mampu menyelesaikan program studi sampai selesai.
3. Dosen Pembimbing saya Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E.,M.M dan Bapak Amidi, S.E., M.Si.
4. Keluarga besarku yang selalu mendukung dan memotivasi.
5. Sahabat-sahabatku yang telah menemani dan memberi semangat.
6. Almamater yang kubanggakan.



## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara”** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayah Syahril Malay dan Ibu Ani Mariana tercinta telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

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. Selesainya 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 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, CHRO dan Bapak Mister Candra S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M dan Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.

5. Ibu Fitantina, S.E.,M.Si dan ibu Efrina Masdaini, S.E.,M.Si., CHRO selaku penelaah I dan II yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot***

***Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Februari 2025

Sofia Husna

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>I</b>
<b>Halaman Judul .....</b>	<b>II</b>
<b>Halaman Pernyataan Bebas Plagiat .....</b>	<b>III</b>
<b>Halaman Pengesahan Skripsi .....</b>	<b>IV</b>
<b>Halaman Motto Dan Persembahan .....</b>	<b>V</b>
<b>Halaman Prakata .....</b>	<b>VI</b>
<b>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>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, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya .....	15
C. Kerangka pemikiran .....	17
D. Hipotesis.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
A. Jenis penelitian .....	19
B. Lokasi penelitian .....	19
C. Operasionalisasi variabel .....	20
D. Populasi dan sampel.....	21
E. Data yang diperlukan .....	23
F. Metode pengumpulan data .....	23
G. Analisis data dan Teknik Analisis.....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Hasil Penelitian .....	32
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	48

<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan atau simpulan .....	53
B. Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Indeks .....	3
Tabel 1.2 Hasil Prariset terhadap Masyarakat Kecamatan Prabumulih Utara .....	4
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	20
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	35
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel IV.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel IV.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel IV.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi .....	43
Tabel IV.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel IV.7 Hasil Uji F.....	46
Tabel IV.8 Hasil Uji t.....	47
Tabel IV.9 Hasil Koefisien Determintasi.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	9
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelurahan .....	38
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian .....	57
Lampiran 2 : Kuisiner Penelitian .....	58
Lampiran 3: Tabulasi Jawaban Responden.....	61
Lampiran 4: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	64
Lampiran 5: Hasil Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) .....	69
Lampiran 6: Transformasi Ordinal Interval .....	71
Lampiran 7: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji F, Uji t, Koefisien) .....	72
Lampiran 8: Tabel Distribusi r .....	73
Lampiran 9: Tabel Distribusi F .....	74
Lampiran 10: Tabel Distribusi t .....	75
Lampiran 11: Sertifikat SKPI Pelatihan Public Speaking .....	76
Lampiran 12: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing.....	77
Lampiran 13: Sertifikat SKPI Pelatihan Social Media Management.....	78
Lampiran 14: Sertifikat SKPI Pelatihan Product Development Manager .....	79
Lampiran 15: Sertifikat Pelatihan Aplikasi Manajemen Sitasi dan SPSS .....	80
Lampiran 16: Sertifikat AIK .....	81
Lampiran 17: Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer .....	82
Lampiran 18: Sertifikat Aplikasi Komputer dalam Bisnis.....	83
Lampiran 19: Turnitin .....	84
Lampiran 20: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi .....	85
Lampiran 21: Surat Izin Penelitian .....	86
Lampiran 22: Surat Pernyataan Selesai Penelitian.....	87
Lampiran 23: Surat Pelunasan BPP .....	88
Lampiran 24: Biodata Penulis.....	89

## ABSTRAK

### **Sofia Husna/212021251/2025/Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara/Manajemen Pemasaran**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara 2) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara 3) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif. Populasi penelitian Masyarakat Kecamatan Prabumulih Utara, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel *Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah dengan penyebaran kuisisioner atau angket. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan tingkat signifikan 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square artinya Keputusan Pembelian mampu dijelaskan oleh variable Kualitas Produk dan Promosi sebesar 96% dan sisanya 4% oleh variable lain dalam penelitian ini.

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

## **ABSTRACT**

***Sofia Husna/212021251/2025/The Influence of Product Quality and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in North Prabumulih District/Marketing Management***

*This research aims to find out 1) To find out the influence of Product Quality and Promotion on Vivo Smartphone Purchase Decisions in North Prabumulih District 2) To find out the influence of Product Quality on Vivo Smartphone Purchase Decisions in North Prabumulih District 3) To find out the influence of Promotions on Vivo Smartphone Purchase Decisions in North Prabumulih District. The type of research used is associative research. The research population is the North Prabumulih District Community, with a sample size of 100 respondents. The data used is primary data. The sampling technique is Probability Sampling using the Purposive Sampling method. The data collection technique in research is by distributing questionnaires. The data analysis used in this research is multiple linear regression analysis, with a significance level of 10%. The research results show that 1) There is a positive and significant influence of Product Quality and Promotion on the Vivo Smartphone Purchasing Decision in North Prabumulih District. The results of the Determination Coefficient show the Adjusted R Square value, meaning that purchasing decisions can be explained by the Product Quality and Promotion variables at 96% and the remaining 4% by other variables in this research.*

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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya, Budi Rahayu T.P (2017:10)

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Menurut Budi Rahayu T.P (2017:32) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk dan pelayanannya tersebut.

Keputusan Pembelian yaitu kegiatan, tindakan dan proses psikologis yang dilakukan oleh konsumen sebelum membuat keputusan akhir untuk membeli suatu produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan individu, kelompok dan organisasi Gunawan (2022:53)

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai yang lainnya, Kotler & Amstrong (2021:96).

Selain kualitas produk, Promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi didefinisikan sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima baik oleh public, Firmansyah (2018:200).

Smartphone merupakan salah satu terobosan dalam dunia telekomunikasi. Smartphone mempunyai kemampuan yang tinggi dengan fungsi yang hampir menyerupakan komputer yang bekerja menggunakan perangkat lunak. Smartphone telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat pada masa ini. Mengutip dari Tribunnews.com yang menyatakan bahwa smartphone memiliki peran penting saat ini yaitu memudahkan komunikasi jarak jauh, memperoleh berita atau informasi dengan cepat dan akurat. Dengan melihat fenomena pengguna Smartphone yang semakin meningkat, membuat para produsen smartphone berlomba-lomba dan bersaing untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk terus berinovasi dalam memberikan kualitas produk yang baik serta memanfaatkan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar dapat menguasai pangsa pasar yang ada.

Berikut data TOP Brand Indeks dapat dilihat pada Tabel I.1 Hasil Survei Penggunaan Smartphone dari Tahun 2020 sampai 2024 di Indonesia.

**Tabel I.1**  
**Top Brand Indeks Smartphone 2020-2024**

Brand	2020	2021	2022	2023	2024
Samsung	32,7%	37,1%	33%	32.9%	32,7%
Oppo	22,9%	19,3%	20,6%	23.4%	22,9%
Iphone	14,4%	11%	12%	12.4%	14,4%
Xiaomi	7%	12,4%	11,2%	10.6%	8,5%
Vivo	8,5%	7,9%	9,7%	9.7%	8,5%

Dan lain-lain

Sumber : Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)), 2024.

Dapat dilihat dari Top Brand Indeks pada tabel I.1 bahwa Samsung selalu menjadi top brand Smartphone di urutan pertama, selanjutnya di urutan kedua Smartphone Oppo, lalu diurutan ketiga Iphone, kemudian diurutan keempat Xiaomi, sedangkan Smartphone Vivo selalu menjadi peringkat terbawah dari Smartphone yang lainnya dengan menempati urutan kelima dari beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mencari informasi tentang penyebab Smartphone Vivo kurang diminati oleh konsumen dengan melakukan survei terhadap 30 responden di Kecamatan Prabumulih Utara. Hasil survei tersebut dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel I.2**  
**Hasil Prariset terhadap masyarakat Kecamatan Prabumulih Utara**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah
1.	Kualitas kamera Smartphone Vivo tidak jernih	21	9	30
2.	Disain Smartphone Vivo kurang menarik	23	7	30
3.	Smartphone Vivo mudah cepat panas	20	10	30
4.	Kurang puas dengan fitur Smartphone Vivo	24	6	30
5.	Iklan Smartphone Vivo yang kurang menarik	23	7	30
6.	Iklan Smartphone Vivo jarang terlihat	19	11	30
7.	Promosi yang ditawarkan tidak mampu membujuk konsumen	22	8	30
8.	Media sosial kurang aktif dalam mempromosikan produk Smartphone Vivo	25	5	30
9.	Penetapan harga Smartphone Vivo tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	6	24	30
10.	Harga Smartphone terlalu mahal	6	24	30
11.	Lokasi <i>Counter</i> Smartphone Vivo susah ditemukan konsumen	7	23	30
12.	Ketersediaan produk Smartphone Vivo selalu tidak ada	10	20	30

Sumber: Hasil wawancara prariset, 2024.

Berdasarkan hasil prariset diatas dapat dijelaskan bahwa :

Kualitas kamera Smartphone Vivo tidak jernih, Desain Smartphone Vivo kurang menarik, Smartphone Vivo mudah cepat panas, Kurang puas dengan fitur Smartphone Vivo. Pernyataan tersebut menggambarkan Variabel Kualitas Produk dan dimana banyak yang setuju dengan pernyataan tersebut, hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo memiliki kekurangan dari segi kualitas produknya.

Iklan Smartphone Vivo kurang menarik, Iklan Smartphone Vivo jarang terlihat, Promosi yang ditawarkan tidak mampu membujuk konsumen, Media sosial kurang aktif mempromosikan produk Smartphone Vivo. Pernyataan tersebut menggambarkan Variabel Promosi, hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo memiliki kekurangan dari segi Promosinya.

Penetapan harga Smartphone Vivo tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, Harga Smartphone terlalu mahal. Pernyataan tersebut menggambarkan Variabel Harga, hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo tidak terlalu memiliki kekurangan dari segi Harganya. Lokasi Counter Smartphone Vivo susah dicari konsumen. Pernyataan tersebut menggambarkan Variabel Tempat dimana sedikit yang setuju dengan pernyataan itu, hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo tidak terlalu memiliki kekurangan dari segi Tempatnya. Ketersediaan produk Smartphone Vivo selalu tidak ada. Pernyataan tersebut menggambarkan Variabel Saluran Pemasaran dimana sedikit yang setuju dengan pernyataan itu, hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo tidak terlalu memiliki kekurangan dari segi Operasionalnya.

Berdasarkan fenomena di atas, yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian Smartphone Vivo yaitu Variabel Kualitas Produk dan Promosi, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara?
3. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan rumusan masalah, maka peneliti menentukan tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi, dan dapat menambah wawasan maupun pengetahuan dalam bidang pemasaran untuk penulis.

##### 2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi serta dapat menjadi wawasan bagi pembaca yang nantinya informasi yang terdapat di dalam penelitian ini dapat berguna dan dapat digunakan dalam proses pembelajaran khususnya ilmu manajemen pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Desa Paburuan)*. *Jurnal Ekonomis*, 14(3d).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. 53.
- Herman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Ahli Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition . Harlow:mPearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*. 15th Edition New Jarsey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laksana, M. . (2019). *Praktik Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafetaria*, 2(2), 15–27. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos: Studi Kasus Pada Kantor Jawa Pos Radar Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 159–172.
- Putri, B. R. T. (2017). Manajemen Pemasaran Modern. In *Manajemen Pemasaran Modern*. <https://doi.org/10.62083/qnafzs58>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tarigan, L. L. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di PT Accentuates Samsung Center Medan*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*.
- Yunita, W. (2021). *Edupreneurship dari Teori hingga Praktik*. Jawa Barat: Rumah Cemerlang Indonesia.