

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK IPHONE DI
KECAMATAN ILIR BARAT I KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Silvia Dwi Agustina

NIM : 212021189

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

SKRIPSI
PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARTU *SMARTPHONE* MEREK IPHONE
DI KECAMATAN ILIR BARAT I KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Silvia Dwi Agustina

NIM 212021189

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Silvia Dwi Agustina
NIM : 212021189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat 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 karta ilmiah ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2025

Silvia Dwi Agustina

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*
Merek Iphone di Kelurahan Bukit Lama Kota Palembang.

Nama : Silvia Dwi Agustina
Nim : 212021189
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M

NIDN : 0207046301



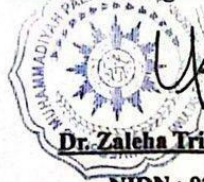
Fitantina, S.E., M.Si

NIDN : 0028026301

Mengetahui,

Dekan

a.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai
dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah:286)

“Semakin ikhlas semakin tenang. Belajarlah untuk berlapang dada, karena tidak
semua yang kita inginkan itu yang terbaik menurut Allah. Sesulit apapun
keadaanmu, ajarilah hatimu agar bisa menerima keadaan tanpa membenci.”
(Habib Umar bin Hafidz)

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Skripsi ini saya
persembahkan teruntuk orang-orang yang saya sayangi:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah dengan ikhlas dan tulus
memberikan segalanya untuk kebahagiaan anaknya.
2. Untuk kakak dan kedua adik tersayang serta keluarga besarku yang selalu
mendo'akanku.
3. Teman-teman dan sahabatku tercintayang telah membantu dan mendukungku.
4. Dosen beserta Almamater kebangganku Universitas Muhammadiyah
Palembang.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahamt, berkah, hidayat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang dengan baik dan tepat pada waktunya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW berserta seluruh keluarga dan para sahabatnya yang telah selalu senantiasa membantu perjuangan beliau dalam membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia.

Dengan rasa penuh cinta dan kasih serta kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini terkhusus kepada kedua orang tuaku, Bapak Sugeng Purwa dan Ibu Aisah terima kasih telah menyayangi, mendukung dan mendo'akan serta selalu ada untukku. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Palembang, maka dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Mister Candra, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Bapak Ahmad Adi Arifai, S.E., M.M selauku Dosen Penelaah 2 yang telah memantu dan meluangkan waktu sampai dengan selesainya skripsi ini.
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Akademik
7. Terimakasih kepada Masyarakat Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Kepada kakak Astri Winanda yang banyak memberikan saran dan

masuk, serta adikku Panji Prasetya yang sudah memberikan semangat dan dukungan untukku. Kepada sahabatku tercinta Mutiara Primadira Putri, Desti Surtia Ningsih, Mawaddah Ramadhan, Moudy Angel Pratiwi, Annisa Tri Andini, M. Akbar Kurniawan, Muhamad Maulana Yusuf yang selalu menemani dan membantuku. Terima kasih kepada semua teman-teman yang tidak dapat kusebutkan namanya satu-persatu. Dan yang terakhir terima kasih saya ucapkan untuk diri ini yang pantang menyerah dan sudah berjuang sejauh dan selalu bangkit dengan berani selalu mencoba memperbaiki kesalahannya. Terima kasih untuk pertahanan diri yang kuat menjadi individu yang selalu bepegang teguh pada jalan yang baik dan terima kasih karena sudah bertahan untuk skripsi ini.

Dan pada akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, meskipun demikian semoga bermanfaat. Oleh karena itu, kepada semua pihak yang utamanya para pembaca yang baik.

Penulis berharap semoga penelitian yang telah dilakukan pada skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya, dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

**Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot,
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barrokatuh.**

Palembang, 2025

Silvia Dwi Agustina

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Sebelumnya.....	17
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian	23
B. Lokasi Penelitian.....	23
C. Operasional Variabel.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Data yang diperlukan	26

F. Metode Pengumpulan Data.....	27
G. Analisis Data.....	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Simpulan.....	vi
B. Saran.....	vi
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Indeks <i>smartphone</i>	4
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	24
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel IV.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel IV.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Produk.....	51
Tabel IV.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga.....	53
Tabel IV.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel IV.7 Uji F	56
Tabel IV.8 Uji t.....	57
Tabel IV.9 Uji Koefesien Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar IV.1 Logo Perusahaan	39
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan pernah menggunakan Iphone	48
Gambar IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan lama menggunakan	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Jadwal Penelitian
Lampiran 2	: Kuesioner
Lampiran 3	: Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 4	: Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 5	: Uji Validitas
Lampiran 6	: Uji Reliabilitas
Lampiran 7	: Uji Regresi Linear Berganda F, Uji t, & Koefisien Determinasi
Lampiran 8	: Tabel F
Lampiran 9	: Tabel t
Lampiran 10	: Tabel r
Lampiran 11	: Surat Keterangan Lunas BPP
Lampiran 12	: Surat Keterangan Selesai Riset Dan Tempat Penelitian
Lampiran 13	: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 14	: Cek Plagiat Turnitin
Lampiran 15	: Sertifikat AIK
Lampiran 16	: Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
Lampiran 17	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis
Lampiran 18	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran 19	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Public Speaking</i>
Lampiran 20	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran 21	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Social Media Management</i>
Lampiran 22	: Sertifikat SPSS

ABSTRAK

Silvia /212021189/2025 Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian *Smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :1)Pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang secara simultan dan parsial. 2)Pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang secara simultan dan parsial. 3)Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif.variabel yang digunakan adalah variabel Produk dan Harga Jumlah populasi *infinite* dan sampel 100 responden. Data utama yang digunakan adalah data Primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data Kuisisioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa : 1) Ada pengaruh signifikan antara Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang, 2) Ada pengaruh signifikan antara Produk terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang, 3) Ada pengaruh signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* merek Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang. Hasil koefisien Determinasi menunjukkan bahwa Produk dan Harga berkontribusi sebesar 65,5%terhadap perubahan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : **Keputusan Pembelian, Produk, Harga**

ABSTRACT

Silvia /212021189/2025 The Influence of Products and Prices on Purchasing Decisions on iPhone Brand Smartphones in Ilir Barat I District, Palembang City.

The aim of this research is to determine: 1)The influence of product and price on purchasing decisions for iPhone brand smartphones in Ilir Barat I District, Palembang City, simultaneously and partially, 2) The influence of product on purchasing decisions for iPhone brand smartphones in Ilir Barat I District, Palembang City, simultaneously and partially,. 3)The influence of purchasing decisions for iPhone brand smartphones in Ilir Barat I District, Palembang City, simultaneously and partially This type of research includes associative research. The population is unlimited and the sample is 100 respondents. The main data used is Primary data, using the Questionnaire data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F and t hypothesis testing. The results of Multiple Linear Regression research show that there is a positive influence between the product and price of iPhone brand smartphones in Ilir Barat I District, Palembang City. The results of the hypothesis test show that: 1) There is a significant influence between Product and Price on the decision to purchase an iPhone brand smartphone in Ilir Barat I District, Palembang City, 2) There is a significant influence between Product on the Purchase Decision of an iPhone brand smartphone in Ilir Barat I District, Palembang City, 3) There is a significant influence between Decision Price on the Purchase of an iPhone brand smartphone in Ilir Barat I District, Palembang City. The results of the coefficient of determination show that product and price contribute 65.5% to changes in purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decision, Product, Price

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah proses yang kompleks dan multifaset yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara Perusahaan dan pelanggan. Serta pemasaran dapat di definisikan sebagai kegiatan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berkegiatan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini mencakup berbagai aktivitas, mulai dari riset pasar, pengembangan produk, promosi, distribusi, hingga layanan purna jual. Menurut Kotler Indrasari(2019:3) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial antara individu maupun kelompok untuk memperoleh apa yang di butuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk barang maupun jasa untuk memuaskan tujuan individu maupun kelompok yang bernilai dengan pihak lain.

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang berupa tindakan dan usaha secara langsung baik individu maupun rumah tangga untuk memperoleh, menentukan dan membeli suatu produk atau jasa untuk di konsumsi secara pribadi. Menurut Andrian, dkk (2022:112) keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengavaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Kotler dan Keller (2022:72) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain rangsangan berupa Produk, Harga, Promosi dan Distribusi. Konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian yang hendak dilakukan, tentu saja melalui berbagai macam pertimbangan. Keputusan pembelian sendiri terdapat beberapa faktor yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan juga jumlah pembelian.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk. Apabila produk dikemas dengan sangat baik maka akan menimbulkan daya tarik seseorang sehingga orang tersebut terdorong untuk membeli produk, demikian juga sebaliknya. Menurut Hansen,dkk dalam Hendrayani (2021:114) Produk merupakan segala sesuatu berupa barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Selain produk, harga juga termasuk faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian karena harga merupakan unsur penting dalam pemasaran, dimana harga merupakan penentu permintaan konsumen. Harga juga mempengaruhi posisi persaingan karena menetapkan harga yang sesuai agar dapat diterima oleh konsumen, sehingga dapat menarik Keputusan pembelian konsumen. Menurut Al Baidi,dkk dalam Hendrayani (2021:116) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atau ditukarkan konsumen untuk memperoleh produk maupun jasa guna memperoleh manfaat untuk kepemilikan atas suatu produk.

Selain produk dan harga, promosi juga termasuk faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian, promosi juga berperan terhadap perilaku konsumen, perilaku konsumen, promosi sangat berperan menjaring lebih banyak konsumen. Jika strategi promosinya bagus bahkan mampu ‘menghipnotis’ masyarakat, besar kemungkinan produk yang di promosikan akan laku keras. Menurut Goodman,dkk Hendrayani(2021:117) promosi merupakan sesuatu yang di gunakan untuk mengkomunikasikan dan membujuk pasar terkait dengan produk atau jasa yang yang baru melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Zaman sekarang di era digital saat ini, teknologi telah menembus hampir setiap sudut kehidupan manusia, mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan belajar. Salah satu inovasi teknologi yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari adalah *smartphone*. Banyak berbagai merek *smartphone* yang sekarang dapat di jumpai dan di pakai oleh semua kalangan terutama remaja.

Industri *telephone* juga perlu mencermati perilaku konsumen. *Smartphone* adalah alat komunikasi media elektronik yang manfaatnya sama dengan *telephone* yang membedakannya ialah mudah di bawak kemana dan praktis di simpan. Kebutuhan *smartphone* telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang di anggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung banyaknya *smartphone* yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi. Terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing di Indonesia antara lain Samsung, Oppo, Xiaomi, Iphone, Vivo, dan

lain;lain. Pasar *smartphone* seperti menyebabkan persaingan antara para konsumen di bidang telekomunikasi. Menurut hasil riset penjualan *smartphone* top brand award pada tahun 2022 yang di kutip dari www.topbrand-award.com (2022) mengungkapkan bahwa merek Samsung persentase yang paling di minati.

Peneliti melakukan *Searching* terhadap Top Brand 2024 *Smartphone* dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel I.1

Top Brand Index Kategori Telekomunikasi/IT *Smartphone*

No	Brand	<i>Top Brand Index</i>
1.	Samsung	32.70
2.	Oppo	22.90
3.	iPhone	14.40
4.	Vivo	8.50
5.	Xiomi	7.00

Sumber: TopBrandAward2024

Berdasarkan Tabel 1.1 yang menunjukkan *Top Brand Index* untuk kategori *Smartphone* dari TopBrandAward, kita dapat menganalisis peringkat dan nilai masing-masing merek *smartphone*. Samsung berada di posisi pertama dengan nilai 32.70, yang menunjukkan bahwa Samsung adalah merek *smartphone* yang paling banyak dikenal dan memiliki reputasi terbaik di pasar pada periode ini. Oppo

menempati posisi kedua dengan nilai 22.90, yang juga menunjukkan bahwa Oppo memiliki pengenalan merek yang tinggi, meskipun lebih rendah dibandingkan Samsung. iPhone berada di posisi ketiga dengan nilai 14.40, menunjukkan bahwa meskipun iPhone adalah salah satu merek premium yang sangat dikenal di pasar global, ia memiliki tingkat pengenalan merek yang sedikit lebih rendah dibandingkan Samsung dan Oppo dalam kategori ini. Vivo berada di posisi keempat dengan nilai 8.50, yang menunjukkan bahwa meskipun Vivo adalah merek yang cukup dikenal di pasar, pengenalan mereknya masih lebih rendah dibandingkan tiga merek sebelumnya. Xiaomi berada di posisi kelima dengan nilai 7.00, yang menunjukkan bahwa meskipun Xiaomi memiliki basis penggemar yang besar, namun pengenalan mereknya lebih rendah dibandingkan dengan empat merek yang ada di atasnya.

Dari analisis ini, terlihat bahwa Samsung masih mendominasi pasar smartphone Indonesia (berdasarkan peringkat Top Brand Index), diikuti oleh Oppo yang menunjukkan tren positif, sementara merek lainnya seperti iPhone, Vivo, dan Xiaomi memiliki tingkat pengenalan merek yang lebih rendah.

Selanjutnya peneliti mencari berbagai informasi dari sumber sekunder tentang penilaian konsumen yang kurang menguntungkan menggunakan iPhone sebagai berikut :

1. Berdasarkan *review* konsumen pada lampiran 3, maka dapat dilihat beberapa alasan munculnya variable produk yang berasal dari jawaban konsumen yaitu

penggunaan baterai Iphone yang boros dan cepat panas Kesehatan pada baterai mudah turun hp iphone mudah panas dan lemot kapasitas penyimpanan yang sedikit.

2. Hasil review pada lampiran 4 juga menunjukkan munculnya variabel harga berasal dari jawaban konsumen harga yang mahal kualitas tidak sesuai dengan harga, harga yang tidak sesuai dengan manfaat, harga *Smartphone* iphone lebih mahal dari pada *smartphone* merek lain biaya perbaikan yang tinggi biaya langganan yang mahal biaya penyimpanan lebih mahal di bandingkan *smartphone* lain, dapat dilihat dari review konsumen *Smartphone* iphone pada lampiran 4 menganggap bahwa harga Iphone relatife mahal. Faktor harga sangat penting bagi konsumen dalam melakukan pertimbangan ketika melakukan Keputusan pembelian. Khususnya konsumen yang ingin membeli *smartphone*.
3. Peneliti juga memperoleh beberapa artikel, berikut artikel yang menguraikan kelemahan Iphone diantara nya Layar Identik / Ikon yang Sama, Penyimpanan Sedikit, Bukan Open Source, Tidak Ada Kustomisasi Tema, Tampilan iOS Tidak Bisa Dikustomisasi, dan Keterbatasan dalam berbagi file dengan perangkat non-Apple. Artikel dapat dilihat pada lampiran 5

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh signifikan Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang?
2. Apakah ada pengaruh signifikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Palembang?
3. Apakah ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis Mengetahui praktek dan teori yang telah diperoleh selama kuliah dalam konsentrasi pemasaran, khususnya tentang topik bauran pemasaran.
2. Bagi almamater hasil dalam penelitian ini dapat menjadikan sebagai salah satu bahan kajian untuk penelitian lanjut yang melakukan kajian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2022). Manajemen pemasaran, bandung: Alfabeta
- Andrian. Indra, C., Jumawan, Nursal, F. (2022) Perilaku Konsumen, Malang Rena Cipta Mandiri
- Febrianty, Nadilla. Safaruddin. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE Iphone. Jurnal Bisnis Net. Politeknik Negeri Medan.
- Ferlianto, Aditia. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Tangerang Selatan. Universitas Pembangunan Jaya
- Firdayanti, Yolanda. Oktafani, Farah. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 12 Di Kota Bandung. Relasi Jurnal Ekonomi. Bandung.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G.P.E., Yani, D.A., Yasa, N.N.K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., Hilal, N., (2021) Manajemen pemasaran, Jawa Barat CV Media Unitomo Press
- Hendriyani, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone iPhone (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang).
- Indrasari, M., (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Edisi 12. Jilid Unitomo press.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, K. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (6th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (12 Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.
- M. Iqbal Hasan. (2015) Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensis). Edisi Kedua, Jakarta: Bumi Aksara.

- Rachmawansyah, Rama. Rohman, Muhammad Bambang Saeful.(2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. Jurnal Ilmiah Pendidikan Wahana. Karawang.
- Sugiyono. (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2017) Metode Penelitian Bandung, Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019a). Kepuasan Pelanggan-Konsep, pengukuran, dan Strategi (4th). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019b). Strategi Pemasaran (4th ed). Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI
- Top Brand Index (2024). Top Brand Index Berserta Kategori Lengkap. Diambil 21 Oktober 2023, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>