

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMARI ES MEREK
SAMSUNG DI KELURAHAN SUKAJADI KABUPATEN
BANYUASIN**



Skripsi

Nama : Okti Mariska

Nim : 212021256

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMAI ES MEREK
SAMSUNG DI KELURAHAN SUKAJADI KABUPATEN
BANYUASIN**

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



Nama : Okti Mariska

Nim : 212021256

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Okti Mariska
Nim : 212021256
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Merek Samsung di Kelurahan Sukajadi Kabupaten Banyuasin.

Dengan ini menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Mmuhammadiyah 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 di publikasikan oleh 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 gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2025



Okti Mariska

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Lemari Es Merek Samsung Di Kelurahan Sukajadi
Kabupaten Banyuasin.

Nama : Okti Mariska
NIM : 212021256
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Mei 2025.

Pembimbing I



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie.S.E.,M.M
NIDN: 0019026101

Pembimbing II



Gumar Herudiansyah,SE,MM
NIDN: 0202039203



Mengetahui Dekan

Ketua Program Studi Manajemen

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

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah :286)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah :5-6)

Persembahan:

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku terkasih Ibu Yunsawati dan Bapak Ibrahim yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih kepada orang tua ku karena selalu mengusahakan untuk anaknya untuk menjadi sarjana.
2. Saudaraku Doni Farizal, Reno Mariza S.pd dan Deki Afrizal S.E (alm). Terima kasih telah menginspirasi penulis untuk menjadi sarjana dan semoga kita menjadi anak kebanggaan keduaorang tua.
3. Keluarga besar Umar Husein dan Setap yang senantiasa memberikan canda dan tawa disaat pikiran jenuh melanda.
4. Pembimbing skripsiku Ibu Dr. Trisniarti Adjeng Moelyatie,S.E.,M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E.,M.M yang selalu memberikan arahan, semangat dengan penuh rasa sabar dan ketulusan.
5. Teman-teman pejuang skripsi yang selalu memberikan semangat, doa, keceriaan, bantuan dan dukungan.
6. Almamater kebanggaanku.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh

Alhamdu lillahi Robbil 'Alamin, Puji dan syukur atas kehadiat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Merek Samsung di Kelurahan Sukajadi Kabupaten Banyuasin”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini akan menjadi salah satu syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Sholawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tuaku tersayang yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan selalu memberikan dorongan semangat kepada penulis.

Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dalam 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 Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Pembimbing Skripsi Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E.,M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah SE,M.M.
5. Ibu Kholilah, S.E.,M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tulus memberikan ilmu dan pengajaran yang bermanfaat serta memberikan banyak nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammdiyah Palembang, serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
7. Responden yang telah berpartisipasi memberikan jawaban dalam proses pembuatan skripsi.
8. Semua keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Teman-teman seperjuangan di masa kuliah sekaligus sahabat terbaikku Lisa Pitrianti, Ade Herawati, Tri Dinda Evhili Zagita, Cindy Olifia, Adel Oktaviani, Fitri Refina Maulin, Rindiani Antika, Moch Qolba Faradea, Muhaimin Ardi Yahya, Muhammad Hafiz Oktariansyah, Andi Mhd Afrido Pratama dan Ahmad Palendra.
10. Terakhir, untuk diri saya sendiri Okti Mariska atas segala kerja keras, semangat dan tidak menyerahnya dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.

Demikian skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis-penulis selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh.

Palembang, Mei 2025

Okti Mariska

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Penelitian Sebelumnya.....	23
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis.....	29
BAB III.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Operasional Variabel	32
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Data Yang Diperlukan	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	36
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	37
BAB VI.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian.....	44

B. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V	81
SIMPULAN DAN SARAN	81
A. SIMPULAN	81
B. SARAN.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
Jadwal Penelitian	84
Lampiran	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran	29

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	4
Tabel I. 2	5
Tabel I. 3	7
Tabel III. 1	32
Tabel IV. 1	47
Tabel IV. 2	48
Tabel IV. 3	49
Tabel IV. 4	50
Tabel IV. 5	51
Tabel IV. 6	53
Tabel IV. 7	55
Tabel IV. 8	57
Tabel IV. 9	59
Tabel IV. 10	61
Tabel IV. 11	62
Tabel IV. 12	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: Jadwal Penelitian.....
Lampiran	: Kuesioner.....
Lampiran	: Tabulasi Jawaban Responden.....
Lampiran	: Frekuensi Jawaban Responden.....
Lampiran	: Uji Validitas.....
Lampiran	: Uji Reliabilitas.....
Lampiran	: Hasil Uji F, Uji T, Dan Koefisien Determinasi.....
Lampiran	: Tabel F.....
Lampiran	: Tabel t.....
Lampiran	: Tabel r.....
Lampiran	: Surat Keterangan Selesai Riset Tempat Penelitian.....
Lampiran	: Sertifikat SPSS.....
Lampiran	: Sertifikat AIK.....
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer.....
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis.....
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan <i>Publi Speaking</i>
Lampiran	: Surat BPP.....
Lampiran	: Turnitin.....
Lampiran	: Kartu Aktivitas Bimbingan.....
Lampiran	: Biodata Penulis.....

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMARI ES MEREK
SAMSUNG DI KELURAHAN SUKAJADI KABUPATEN BANYUASIN**

Okti Mariska¹, Trisniarty Adjeng Moelyatie², Gumar Herudiansyah³

ABSTRAK

Okti Mariska/212021256/Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Kelurahan Sukajadi Kabupaten Banyuasin.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Kelurahan Sukajadi Kabupaten Banyuasin. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis penelitian ini asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, dan uji t. Penelitian ini menunjukkan hasil ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di kelurahan sukajadi dengan nilai artinya $F_{hitung} (30.660) > F_{tabel} (2,36)$. Sedangkan secara parsial :kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,033 > \text{nilai sebesar } t_{tabel} (1,6660)$ harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,269 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } (1,6660)$ promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,253 > \text{nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } (1,6660)$. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 47,3% perubahan terhadap keputusan pembelian Lemari Ees Merek Samsung di Kelurahan Sukajadi disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 52,7% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON THE DECISION TO PURCHASE A SAMSUNG BRAND REFRIGERATOR IN SUKAJADI DISTRICT

Okti Mariska¹, Trisniarty Adjeng Moelyatie², Gumar Herudiansyah³

ABSTRACT

Okti Mariska/212021256/The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions in Sukajadi Village.

The purpose of this research is to determine the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions in Sukajadi subdistrict. This research used 100 samples, the sampling technique used a non-probability sampling technique using purposive sampling. This type of research is associative, the data used is primary data, the data collection technique used is a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F test, and t test. This research shows that the results show that there is a significant influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions in the Sukajadi sub-district with a mean value of Fcount (30,660) > Ftable (2.36). Meanwhile, partially: product quality (X1) has a significant effect on purchasing decisions with a tcount value of 4.033 > ttable value (1.6660) price (X2) has a significant effect on purchasing decisions with a tcount value of 3.269 > ttable value of (1.6660) promotion (X3) has a significant effect on purchasing decisions with a tcount value of 3.253 > ttable value of (1.6660). Analysis of the coefficient of determination shows that 47.3% of the change in purchasing decisions for Samsung Brand Ees Cupboards in Sukajadi Village is caused by the large contribution of the independent variable to the dependent variable in this study, while the remaining 52.7% is caused by other variables that are not in this study.

Keywords: product quality, price, promotion and purchasing decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu komponen penting dalam strategi penjualan adalah pemasaran. Pemasaran adalah proses manajerial yang memfasilitasi individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan, keinginan para konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan nilai jual produk mereka, perusahaan menggunakan pemasaran sebagai salah satu cara yang dapat dilakukan. Dengan memasarkan, mempromosikan dan mengenalkan barang dan jasa kepada konsumen, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2017:62) pemasaran merupakan salah satu proses social dan manajemen, dimana individu dan kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan membuat, menawarkan, dan mempertukarkan produk berharga dengan pihak lain.

Adapun salah satu kajian dalam pemasaran yang saling berkaitan yaitu perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah salah satu studi pemasaran yang paling penting. Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Soekoko et al., 2020).

Upaya untuk mencapai tujuan pemasarannya, perusahaan juga harus mempertimbangkan perilaku konsumen. Keputusan pembelian adalah salah

satu contoh perilaku konsumen. Konsumen mengambil keputusan pembelian ketika mereka membeli barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Assael (2014:26) pengambilan keputusan pembelian adalah proses menilai dan memilih berbagai alternative berdasarkan kepentingan tertentu sebelum memilih yang paling menguntungkan. Salah satu factor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk.

Kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang ataupun jasa yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan dikenal sebagai kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2018:37) kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, seperti daya tahan, kehandalan dan ketelitian. Kemampuan ini diperoleh dari produk secara keseluruhan, dikombinasikan dengan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat, yang menyebabkan sebagian besar masyarakat menjadi semakin berhati-hati dalam mengkonsumsi barang.

Selain kualitas produk dalam mempertimbangkan untuk membeli suatu barang saat membuat keputusan pembelian, harga adalah salah satu yang harus diperhatikan. Jumlah nominal yang dibayarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan disebut harga. Menurut Ardian (2019:142) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan (ditambah beberapa produk jika mungkin) untuk mendapatkan gabungan barang dan layanan.

Tidak hanya harga dan kualitas produk, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh promosi. Mengenalkan barang atau jasa kepada pelanggan sehingga mereka dapat membeli dan mengkonsumsinya disebut promosi. Menurut Tjiptono (2018:387) promosi adalah komponen dari bauran pemasaran yang berfokus pada upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Promosi dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menginformasikan atau menawarkan barang atau jasa dengan tujuan menarik pelanggan untuk membeli atau mengonsumsi barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

Di era sekarang alat rumah tangga banyak yang semakin maju sekarang, salah satunya lemari es. Lemari es adalah perangkat paling penting dalam kehidupan sehari-hari yang berfungsi untuk menyimpan makanan dan minuman agar tetap segar. Lemari es telah bertransformasi dari alat sederhana menjadi perangkat canggih yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari. Sejak penemuannya pada awal abad ke-20, lemari es telah mengalami banyak perkembangan, dari model sederhana hingga teknologi modern yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Seiring dengan perkembangan teknologi, dalam perkembangannya lemari es kini dilengkapi dengan fitur-fitur canggih, seperti kontrol suhu digital, sistem pendingin multialiran, dan konektivitas internet untuk memudahkan pengelolaan makanan. Lemari es juga menjadi elemen penting dalam kebutuhan rumah tangga, dan sebagian besar di setiap rumah sudah memiliki lemari es.

Samsung dikenal dengan penerapan teknologi canggih dalam produk-produknya, seperti desain yang modern dan ramah pengguna. Merek ini juga telah berkomitmen untuk meningkatkan *efisiensi energy* pada produk-produknya yang semakin penting di tengah meningkatnya kesadaran akan dampak lingkungan dan kebutuhan akan produk hemat energi.

Namun meskipun produk Samsung telah diterima oleh pasar, masih banyak pertanyaan terkait sejauh mana kualitas, daya tahan, dan kinerja lemari es merek Samsung ini dapat memenuhi harapan konsumen. Berbagai factor seperti kualitas produk, harga, fitur dan pelayanan menjadi bahan pertimbangan yang kompleks bagi konsumen dalam memilih produk yang tepat.

Tabel I. 1

Top Brand Lemari Es	
Brand	TBI 2024
Sharp	24.00%
LG	22.60%
Polytron	10.30%
Samsung	9.50%

Sumber: Top Brand Award 2024

Dapat dilihat dari tabel top brand di atas dapat dilihat bahwa lemari es Sharp menduduki peringkat pertama dengan persentase paling tinggi yaitu 24.00% selanjutnya LG dengan persentase 22.60% lalu Polytron dengan persentase 10.30% dan terakhir Samsung berada di posisi ke 4 dengan

persentase 9.50%. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peminat lemari es Samsung kurang diminati oleh konsumen.

Tabel I. 2

Data Penjualan Lemari Es					
No	Brand	TBI 2021	TBI 2022	TBI 2023	TBI 2024
1	Shap	30%	30%	27%	24%
2	LG	21,8%	20.5%	25,5%	22,6%
3	Polytron	10,2%	12.3%	12,5%	10,3%
4	Samsung	12,1%	10,1%	12,1%	9,5%

Data penjualan top brand award

Dilihat data data penjualan pada tahun 2022 lemari es merk Samsung mengalami penurunan 10.1% pada 2023 lemari es merek Samsung mengalami kenaikan yaitu 12.1% tetapi pada tahun 2024 penjualan lemari es merek Samsung mengalami penurunan lagi yaitu 9.50%.

Setelah mendapatkan info yang telah diperoleh selanjutnya penulis melakukan survey awal, penulis melakukan survey awal yang dilakukan dengan mewawancarai masyarakat Kelurahan Sukajadi tentang lemari es merek Samsung.

Hasil dari survey awal di Kelurahan Sukajadi yang memberikan beberapa alasan mengapa konsumen tidak tertarik untuk membeli lemari es merek Samsung di antaranya control suhu lemari es merek Samsung tidak berjalan dengan baik, yang pernyataan tersebut termasuk kedalam variabel kualitas produk. Kemudian harga yang ditawarkan oleh lemari es merek

Samsung yang relative mahal dibandingkan dengan lemari es merek lain sehingga masyarakat lebih memilih tidak membeli emari es merek Samsung yang termasuk kedalam variabel harga. Selanjutnya lemari es merek Samsung jarang melakukan promosi di sekitar lokasi tempat tinggal warga kelurahan sukajadi yang termasuk kedalam variabel promosi.

Setelah melakukan survey awal, penulis kemudian mendapatkan permasalahan pada variabel kualitas produk, harga dan promosi. Kemudian peneliti melakukan pra riset dengan pertanyaan 4P (kualitas produk, *price*, *place*, *promotion*) kepada 30 responden di kelurahan sukajadi. Dari hasil pra riset yang dilakukan didapatkan hasil seperti dibawah ini

Tabel I. 3
Hasil pra riset konsumen Kelurahan Sukajadi

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
Kualitas Produk			
1	Lemari es merek Samsung control suhunya berjalan dengan baik	14	16
2	Kualitas produk yang ditawarkan oleh lemari es merek Samsung berjalan dengan baik	10	20
Price (Harga)			
3	Harga lemari es merek samsung sesuai dengan kualitas	14	16
4	Harga lemari es merek samsung relative murah	5	25
Promosi			
5.	Lemari es merek Samsung sering memberika promo kepada pelanggan	13	17
6.	Lemari es merek Samsung sering melakukan promosi di lokasi tempat tinggal	10	20
Place (Tempat)			
7.	Distrbusi lemari es merek Samsung cukup luas di seluruh wilayah	27	3
8	Merasa mudah untuk mendapatkan lemar es merek Samsung di lokasi tempat tinggal	26	4
Jumlah		30	Responden

Sumber: Hasil prariset 2024 pada konsumen di Kelurahan Sukajadi

Bedasarkan hasi prariset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah 30 responden dari 8 pertanyaan yang berkaitan dengan lemari es merek

Samsung di kelurahan sukajadi ternyata terdapat jawaban yang berbeda-beda terhadap pertanyaan yang telah peneliti berikan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, promosi dan tempat. Artinya ada beberapa konsumen masih banyak yang cenderung merasa tidak puas dengan lemari es merek Samsung.

Berdasarkan beberapa jawaban oleh responden di atas dapat disimpulkan bahwa produk lemari es merek Samsung menunjukkan beberapa fenomena dalam pertanyaan yang diberikan, sebagai berikut:

Mengenai variabel kualitas produk ada 16 responden menjawab tidak setuju bahwa lemari es merek Samsung mengalami kendala control suhunya yang baik dan terdapat 20 responden yang menjawab tidak setuju bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh lemari es merek Samsung berjalan dengan baik. Ternyata banyak yang memberikan jawaban kalau kualitas lemari es merek Samsung kurang baik sehingga konsumen tidak tertarik melakukan pembelian.

Kemudian variabel harga terdapat 25 responden tidak setuju bahwa harga lemari es merek Samsung relative murah yang berarti harga lemari es merek Samsung harganya mahal dan 16 responden tidak setuju bahwa harga lemari es merek Samsung tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan. Berdasarkan jawaban tersebut konsumen lebih memilih lemari es merek lain yang harganya lebih murah dari lemari es merek Samsung.

Variabel promosi terdapat 20 responden yang tidak setuju bahwa lemari es merek Samsung sering melakukan promosi di lokasi tempat tinggal sehingga konsumen tidak tertarik untuk membeli lemari es merek Samsung

Terakhir variabel *place* (tempat) terdapat 27 responden yang setuju bahwa distribusi lemari es merek Samsung cukup luas di seluruh wilayah dan 26 responden juga setuju bahwa mereka merasa mudah untuk mendapatkan lemari es merek Samsung di lokasi tempat tinggal. Artinya pada variabel *place* (tempat) konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian lemari es merek Samsung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengajukan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Kualitas produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi?
3. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi?
4. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Samsung pada Warga Kelurahan Sukajadi

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pikiran serta dapat menambah wawasan maupun pengetahuan dalam bisang pemasaran untuk penulis.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitan yang sudah dilakukan, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan keputusan untuk melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga perusahaan mendapatkan kemajuan yang lebih cepat.

3. Manfaat Bagi Almamater

Hasil peneltian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta menjadi wawasan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya terutama untuk peneliti yang akan meneliti topik yang sama tentang pembelian suatu produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, R. A. C., Purbawati, D., & Farida, N. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemai Es Panasonic di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 427–436.
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., Nurrahmi, M., & Choiriyah. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Palembang: Noerfikri
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229.
- Hasan (2017) analisis data penelitian dengan statistik. Jakarta: bumi aksara.
- Harjadi D, A. I. (2021). *Experiential marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Hanny, R., & Krisniawati, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ac Merek Daikin Pada PT Penta Mitra Aircon Karawaci. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 9(2), 133-144.
- Jodavi, E. R., Sumar, & Reniati. (2024). *Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian televisi, kulkas dan mesin cuci polytron pada toko bintang baru elektronik cabang koba bangka tengah*. 8(9), 10–23.
- Keller, k. &. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15th ed). England: Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed).
- Sugiyono. (n.d.). *Metode penelitian Bisnis* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Wulandari, R., & Nurlenawati, N. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Di Perumahan Mustika Prakarsa Karawang. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 887. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1094>