

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI
DI KELURAHAN 14 ULU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama: Wildan Ramadhani

NIM: 212020306

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KELURAHAN 14 ULU KOTA PALEMBANG

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



Nama: Wildan Ramadhani

NIM: 212020306

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wildan Ramadhani
NIM : 212020306
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Penelitian : Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone
Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu 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 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, 2025



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang.

Nama : Wildan Ramadhani
Nim : 212020306
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, September 2025

Pembimbing I



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.
NIDN. 0207046301

Pembimbing II



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.
NIDN. 0202039203

Mengetahui
Dekan

u.b Ketua Program Studi Manajemen



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Allah adalah Maha Pengasih dan Maha Penyayang, jangan sampai kita memiliki prasangka buruk terhadap Allah swt. Allah swt pasti akan mengampuni dosa-dosa hambanya yang serius bertaubat, dan akan membantu hambanya yang dengan sungguh-sungguh meminta pertolongan." (Q.S. Yusuf ayat 87)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya." (Al Baqarah 286)

"Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan." (Q.S Al-Hadid: 4)

Persembahan

1. Untuk Ayah, Ibu, Cek Uly, Sela nurhaliza
2. Keluarga Besar;
3. Dosen Pembimbingku Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M. dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E, M.M.;
4. Almamaterku.



PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahilahirabbil'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, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Abdul Karim dan Etty Nurhayati 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 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 Dr. Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang;
4. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M.M. dan Dr. Candra, S.Pd., M.Si. selaku dosen penelaah saya yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi;
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M. dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya;
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang;
7. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi ini. Partisipasi dan dukungan Anda sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini;
8. 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, September 2025

Wildan Ramadhani

DAFTAR ISI

COVER	i
JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
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 PEMIKIRA, DAN	
HIPOTESIS	10
A. Kajian Kepustakaan.....	10
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28

A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	28
C. Operasionalisasi Variabel	29
D. Populasi dan Sampel	29
E. Data yang Diperlukan	31
F. Metode Pengumpulan Data	32
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Top Smartphone 2023	4
Tabel I.2 Alasan Keputusan Pembelian.....	7
Tabel III. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel IV.2 HASIL Uji Reabilitas	43
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.	45
Tabel IV.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel IV.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Produk	47
Tabel IV.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga	50
Tabel IV.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi.....	52
Tabel IV.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel IV.10 Hasil Uji F (Simultan) ANOVA	55
Tabel IV.11 Hasil Uji t (Partial) Coefficients.....	56
Tabel IV.12 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	23

ABSTRAK

Wildan Ramadhani/212020306/2025 Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh Produk, Harga dan Promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada Masyarakat di Kelurahan 14 ulu Kota Palembang, 2) Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 ulu Kota Palembang, 3) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 ulu Kota Palembang, 4) Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 ulu Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang digunakan didalam penelitian ini adalah 100 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh signifikan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Palembang, 2) Ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Palembang, 3) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Palembang, dan 4) Ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Palembang.

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

ABSTRACT

Wildan Ramadhani/212020306/2025 The Influence of Product, Price, and Promotion on the Purchasing Decisions of Xiaomi Smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang City.

This study aims to determine 1) The influence of Product, Price, and Promotion on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones among the community in Kelurahan 14 Ulu Palembang 2) The influence of the product on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang , 3) The influence of price on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang, and 4) The influence of promotion on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang . This type of research is associative, with variables used in this study involving 100 respondents selected through purposive sampling. The data used are primary data collected through questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis show that: 1) There is a significant influence of product, price, and promotion on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang, 2) There is a significant influence of the product on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang, 3) There is a significant influence of price on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang, and 4) There is a significant influence of promotion on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones in Kelurahan 14 Ulu Palembang.

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Dalam pemasaran terdapat kajian tentang perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk dan jasa.

Menurut Swastha dan Handoko (2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses

pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut mereka menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses seorang

pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Keputusan pembelian konsumen selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen juga dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi.

Produk merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing produk dimana produk tersebut harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan produk dari pesaing agar produk tersebut saat digunakan sedikit berbeda dari produk lainnya agar konsumen merasa nyaman menggunakan produknya.

Disamping produk, harga juga menjadi pertimbangan lain bagi konsumen dalam memilih produk. Penetapan harga haruslah wajar dan sesuai dengan kualitas produk. Harga yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penetapan harga haruslah wajar dan sesuai dengan kualitas produk. Harga yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Jika harga terlalu tinggi, kemungkinan sebagian konsumen tidak sanggup untuk membeli produk tersebut sehingga mereka beralih ke produk yang lain yang lebih murah. Sementara jika harga yang ditawarkan terlalu rendah, kualitas produk akan dipertanyakan oleh konsumen dan sering dianggap memiliki kualitas yang kurang bagus, sehingga minat beli konsumen terhadap produk tersebut berkurang. Permasalahannya muncul karena kebiasaan konsumen yang kerap

menilai suatu produk dari kualitas dan harganya membuat beberapa produk kurang diminati lagi oleh masyarakat atau konsumen.

Selain harga, promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan pesan mengenai produk – produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen dan dapat memberikan manfaat untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi konsumen.

Seiring berjalannya waktu alat komunikasi adalah hal yang paling dibutuhkan oleh manusia, dengan alat komunikasi, manusia dapat saling memberi kabar dan memperoleh informasi yang dibutuhkan dari berbagai macam sumber. Perkembangan teknologi di zaman sekarang membuat manusia terus menerus berinovasi untuk menciptakan alat komunikasi yang canggih dan efisien untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Konsumen yang dulunya hanya menggunakan alat komunikasi, disebut telepon, kini mulai beralih menggunakan telepon seluler yang lebih dikenal dengan sebutan smartphone, Smartphone saat ini bukanlah kebutuhan tersier tapi seperti sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Tak jarang kita menemui orang yang memiliki lebih dari satu smartphone. Pengguna smartphone kini makin berkembang tidak hanya orang dewasa namun pelajar juga anak sudah paham dengan pemakaian smartphone.

Salah satu merek smartphone yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini adalah smartphone android Xiaomi. Merek Xiaomi sudah mulai dikenal masyarakat Tiongkok sejak tahun 2011 dan mulai dikenal masyarakat

Indonesia pada tahun 2013 kemudian mulai meledak di pasaran pada tahun 2014 dengan produk unggulannya yaitu smartphone Xiaomi.

Berikut ini terdapat data brand smartphone Xiaomi pada tahun 2023:

Tabel 1.1
Data Top Brand Smartphone 2023

Brand	TBI	
Samsung	32,90%	TOP
Oppo	23,40%	TOP
Iphone	12,40%	TOP
Xiaomi	10,60%	
Vivo	9,70%	

Sumber : <https://www.topbrand.award.com/top.brand,index>, 2023-

Berdasarkan top brand di atas menunjukkan bahwa samsung menempati urutan pertama memimpin top brand pada tahun 2023 yaitu, 32.90%. Oppo menyusul di urutan top brand kedua yaitu, 23,40%. Kemudian Iphone di urutan top brand ketiga yaitu, 12,.40%. Kemudian Xiomi menempati diurutan top brand keempat yaitu, 10,60%. Sedangkan Smartphone Vivo menempati diurutan top brand kelima atau terakhir yaitu, 9,70%.

Smartphone telepon genggam yang digunakan untuk berkomunikasi memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti smartphone tersebut. Bagi beberapa orang smartphone merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak system operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Sebuah merek smartphone global dari China yang fokus pada memperkenalkan kualitas suara sempurna (musik) dan fotografi (kamera) dengan teknologi 2 mutakhir, Salah satu merek smartphone yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini adalah smartphone android Xiaomi. Merek Xiaomi sudah mulai dikenal masyarakat Tiongkok sejak tahun 2011 dan mulai dikenal masyarakat Indonesia pada tahun 2013 kemudian mulai meledak di pasaran pada tahun 2014

dengan produk unggulannya yaitu smartphone Xiaomi (Putra dkk., 2020).

Sejalan dengan merebaknya smartphone xiaomi, xiaomi meluncurkan produk terbaru mereka yaitu xiaomi (redmi) 12, Dari segi kualitas, produk xiaomi ini dianggap dapat diperhitungkan berdasarkan review dari produk di atas dari beberapa smartphone di media sosial. Harga yang ditawarkan pun cukup terjangkau mengingat target pasarnya adalah anak-anak generasi milenial yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa dimana mereka belum punya penghasilan sendiri sehingga pengeluaran untuk membeli smartphone pribadinya sangat diperhitungkan.

Akan tetapi harga yang murah tidak mampu membuat produk ini membuat smartphone xiaomi menduduki posisi Top Brand di Indonesia yang artinya minat beli terhadap produk ini masih rendah, hasil riset menunjukkan bahwa brand yang paling banyak digunakan adalah Samsung, Oppo, dan Iphone yang menduduki tiga teratas Top Brand pembelian Smartphone, sementara Smartphone Xiaomi berada di posisi ke empat, yaitu produk yang paling rendah digunakan.

Selanjutnya peneliti melakukan prariset dengan mewawancari 100 konsumen dengan hasil sebagai berikut :

Tabel I.2
Alasan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Smartphone Xiaomi di
Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang

No	Pernyataan	Indikator	Variabel
1	Smartphone xiaomi suka gangguan pada softwärenya	Releabilitas	Produk
2	Overheat	Kualitas Kinerja	
3	Karena cepat panas dan suka ngelag	Kualitas Kinerja	
4	Smartphone xiaomi rentan rusak	Releabilitas	
5	Baterai hp xiaomi cepat habis	Kualitas Kinerja	
6	Desain xiaomi kurang menarik	Desain	
7	Rata-rata hp xiaomi cepat habis baterai	Kualitas Kinerja	
8	Karena tidak menarik	Desain	
9	Penyimpanan hp xiaomi cepat penuh bisa bikin frame	Kualitas Kinerja	
10	Cara kerja hp xiaomi suka lama	Releabilitas	
11	Smartphone xiaomi cepat panas	Kualitas Kinerja	
12	Kurang bagus dan penyimpanan mudah penuh	Kualitas Kinerja	
13	Resolusi kamera xiaomi kurang baik	Fitur	
14	Mudah cepat panas	Kualitas Kinerja	
15	Ram hp xiaomi cepat penuh	Kualitas Kinerja	
16	Fitur aplikasi di smartphone xiaomi tidak lengkap	Fitur	
17	Pembaruan di hp xiaomi tidak secara teratur dan berkala	Kualitas Kinerja	
18	Xiaomi tidak cocok untuk game	Kualitas Kinerja	
19	Xiaomi desainnya jelek dan kurang menarik perhatian	Desain	
20	Smartphone xiaomi cepat ngedrop	Kualitas Kinerja	
21	Cara kerja smartphone xiaomi suka ngeframe saat digunakan terlalu lama	Releabilitas	Harga
22	Karena smartphone xiaomi mudah panas	Kualitas Kinerja	
23	Desain setiap hp xiaomi tidak ada yang bagus	Desain	Promosi
24	Xiaomi cepat panas	Kualitas Kinerja	
25	Hp xiaomi dapatnya ada yang bagus dan juga tidak bagus	Releabilitas	
26	Smartphone xiaomi suka lambat sekali dan ngelag juga	Kualitas Kinerja	
27	Harga smartphone xiaomi mahal	Harga	
28	Harga jual kembali smartphone xiaomi sangat murah	Harga	
29	Promosi hp xiaomi jarang terlihat	Promosi	
30	Promosi penjualan hp xiaomi jarang sekali	Promosi	

Sumber: hasil pra-riset, 2023

Berdasarkan Tabel I.2 menunjukkan alasan mengapa konsumen jarang memilih Smartphone xiaomi sebagai berikut :

1. Variabel Produk

Variabel ini muncul dari jawaban responden, smartphone xiaomi lebih mudah cepat panas dan pembaruan smartphone xiaomi dilakukan tidak secara berkala menggambarkan variable produk kualitas produk yang kurang menarik, yaitu Smartphone xiaomi lebih mudah cepat panas dan pembaruan smartphone xiaomi dilakukan tidak secara berkala seperti pemberitahuan sebelum pembaruan dalam smartphone xiaomi jadi itu membuat kurang tertariknya konsumen.

2. Variabel Harga

Variabel ini muncul dari jawaban responden, harga beli smartphone xiaomi mahal menggambarkan variabel harga, karena pentingnya penetapan harga yang baik dan sesuai memberikan pertimbangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

3. Variabel Promosi

Variabel ini muncul dari jawaban responden terhadap Desain smartphone xiaomi tidak ada yang menarik yang membuat kalah dibandingkan para pesaing terbaru, hal ini membuat para konsumen tidak dapat mengetahui desain produk baru yang dikeluarkan oleh smartphone xiaomi.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengambil kesimpulan pentingnya untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang?
2. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang?
4. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada masyarakat di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang;
2. Untuk mengetahui pengaruh suatu produk terhadap keputusan pembelian produk smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang;

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian terhadap smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang;
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi di Kelurahan 14 Ulu Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis serta membuktikan sendiri teori - teori dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas dan harga produk serta mampu mengaplikasikan teori tersebut.

2. Manfaat bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca serta diharapkan dapat menjadi referensi pada perpustakaan universitas muhammadiyah Palembang dan berguna sebagai acuan untuk penelitian yang akan datang di kemudian hari, sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar siswa dapat meningkat juga memberi kenyamanan pada mahasiswa ketika menerima materi yang di sampaikan serta Peneliti dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- About Us – Xiaomi Indonesia. Juni 2025. Mi.co.id.
<https://www.mi.co.id/id/about/>.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anang, Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asiati, D. I., Fitriah W., Safitri E., dan Nurahmi M. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Azany, F. (2014). Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. 1-77.
- Badriah, S. (2017). Fungsi Handphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Pendahuluan Saat Ini Kita Hidup Di Zaman Modern , Dari Segi Nilai Fungsi Di 10 Tahun Yang Lalu , Kini Bukan Lagi Dijadikan. 3, 462–472.
- Basu Swastha dan Hani Handoko. 2019. *Manajemen Perilaku Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama.
- Bong S. D., Wishman S. B., dan Waseno S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi di Kota Depok. Depok: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis.
- Budiyanto, T. (2016). *Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT.Camar Sapta Ganda*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(4), 488-500.
- Buchari Alma., 2018., *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (revisi)*. CV Alfabeta.
- Ernawati, D.(2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung.

- Fadhilah, K. N. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung*. Surabaya:Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Fera dan Pramuditha C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Palembang. Palembang: Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., dan Arraniri, I. 2021. *Experiantal Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hasan, Iqbal (2017). Statistik II. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta
- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi*. Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 2(2).
- Kanti, S., & Indrajit, E. R. (2017). Implementasi Data Mining Penjualan Handphone Oppo Store Sdc Tangerang Dengan Algoritma Appriori. November, 1–2.
- Kecamatan Seberang Ulu II Palembang Memiliki 7 Kelurahan dan 4 Lurahnyanya Wanita. 03 April 2019. Palembang.tribunnews.com. <https://palembang.tribunnews.com/2019/04/03/kecamatan-seberang-ulu-ii-palembang-memiliki-7-kelurahan-dan-4-lurahnyanya-wanita>.
- Krisdayanto, I., Andi T. H., dan Edward G. 2018. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan*. Bandung:Journal of Management
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. Marketing Management. 15 ed. England: Pearson Education Limited.

- Kutner, M.H., C.J. Nachtsheim., dan J. Neter. 2004. *Applied Linear Regression Models. 4th.ed.* New York:McGraw-Hill Companies, Inc.
- Lestari, I., & Yarmi, G. (2017). Pemanfaatan Handphone Di Kalangan Mahasiswa Ika Lestari & 2 Gusti Yarmi Pgsd Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 31(1), 55–59.
- Muhidin, S. A. dan Abdurahman, M. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian : Dilengkapi Aplikasi Program SPSS*. Bandung:Pustaka Setia.
- Putra, Harizal Prima, Lutfi Erwin Lubis, dan Jazuli. 2020. Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone di Erafone Store Batam Tahun 2020. Batam: *Jurnal of Management and Accounting (JMA)*.
- Rodiyah, R. U., Rusandy, Dr. D.S., dan Hardiningrum, I.S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian lipstik wardah colorfit last all day lip paint dengan studi kasus pada mahasiswi prodi manajemen fakultas ekonomi semester VI Universitas Islam Kediri*. *jurnal mahasiswa*, 4(2), 87-96.
- Safri, I., dan Putri, R. S. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru*. *Jurnal Valuta*, 1(2), h. 298-321.
- Sari H. P., Rahmawati P. M.Si. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sejarah Singkat Xiaomi. 02 Juli 2025. Fokus.co.id. <https://fokus.co.id/tekno/sejarah-singkat-xiaomi>.
- Selain HP, Xiaomi Juga Punya Produk Menarik. 18 Agustus 2025. Manado.navigasi.co.id. <https://manado.navigasi.co.id/detail/1121306/selain-hp-xiaomi-juga-punya-produk-menarik>.
- Setyo, P. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”*. Surabaya:Performa.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung:Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung:CV Alfabeta.
- Syahputra, R. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan*. Jurnal ECOBISMA, 6(2), h. 83.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Servis, Kualitas, dan Kepuasan*. Yogyakarta: Andi.
- Torro R. S. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi di Kota Palopo. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Website Resmi Pemerintah Kota Palembang. 2025. Palembang.go.id. <https://palembang.go.id/>.