PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Sofwatilla Mohzaib Ilahi
Nim : 212022289

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2026

SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata Satu
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Sofwatilla Mohzaib Ilahi

Nim: 212022289

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Sofwatilla Mohzaib Ilahi
NIM	:	212022289
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran
Judul Skripsi	:	Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputuan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

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 permyataan 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, Agustus 2026



Sofwatilla Mohzaib Ilahi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi	:	Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputuan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	:	Sofwatilla Mohzaib Ilahi
NIM	:	212022289
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Agustus 2026

Pembimbing I,

Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN : 0221036902

Pembimbing II,

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

Mengetahui
Dekan
u.b Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Mister Candera , S.Pd.,M.Si
NIDN : 1005068902

MOTTO DAN PEMBAHASAN

Motto:

“ Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra’d ayat 11)

“ Tidak ada proses yang mengkhianati hasil”

Persembahan:

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada:

- Kedua orang tua saya yang tercinta, Ayah dan Ibu yang selalu melangitkan doa-doa baik dan memberikan dukungan dengan penuh cinta serta kasih sayang kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
- Saudaraku yang sudah memberikan semangat serta kasih sayang kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi.
- Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si dan Bapak Amidi S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan II yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dukungan, serta banyak membantu saya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirrabil'alamin, puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang" dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayahanda dan Ibunda yang telah merawat, mendidik, mendoakan, dan memberikan 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 terimakasih 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. Bapak Dr. Mister Candera S.Pd., M.Si dan Ibu Dr. Dinarossi Utami, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi Mananjemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah.
4. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si dan Bapak Amidi S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I dan II yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dukungan, serta banyak membantu saya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Responden Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Pintu Surgaku, ibunda Irwani, terimakasih sudah melahirkan, merawat, mendidik, serta membesarkan penulis hingga detik ini. Terimakasih sudah menjadi penyemangat penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah memberikan dukungan dan doa yang tak henti ibunda panjatkan kepada penulis. Terimakasih ibunda, doaku agar dirimu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
8. Kakakku, Angga Gemulang Putra dan Septian Cahyo Putra terimakasih sudah menjadi kakak yang baik, yang selalu ada dihati penulis, terimakasih atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis. Terimakasih, doaku agar kalian menjadi anak yang baik, sehat selalu, panjang umur dan bahagia selalu.
9. Seluruh keluarga tercinta, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
10. Teruntuk teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan yang selalu memberikan bantuan, semangat, dukungan, dan motivasi pagi penulis. Terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan selama di bangku perkuliahan.
11. Teruntuk Yulis, terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
12. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan memberikan dukungan kepada peneliti, dalam menyelesaikan proposal ini.
13. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri, Terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Skripsi ini mungkin tidak sempurna, tetapi proses ini menjadi pengalaman bagi penulis yang penuh makna dan pembelajaran pribadi yang mendalam.

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 Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot
Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Agustus 2026

Sofwatilla Mohzaib Ilahi

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN i
HALAMAN JUDUL ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

PRAKATA vi

DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRAK xiv

ABSTRACT xv

BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
BAB II 8
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 8
A. Landasan Teori 8
B. Penelitian Sebelumnya 15
C. Kerangka Pemikiran 18
D. Hipotesis 18
BAB III 20
METODOLOGI PENELITIAN 20
A. Jenis Penelitian 20
B. Lokasi Penelitiaan 21
C. Operasional Variabel 22
D. Populasi dan Sampel 23
E. Data yangDiperlukan 24
F. Metode Pengumpulan Data 25
G. Analisis Data Dan Teknik Analis 27
H. Jadwal Penelitian .....
I. Sistematika Penulisan .....

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
A. Hasil Pembahasan 35
B. Pembahasan Hasil Penelitian 52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 59
A. Kesimpulan 59
B. Saran 60
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN **..... 65**

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Top Brand Smartphone 2026 2
Tabel I.2 Pra Riset 2026 4
Tabel III.1 Operasional Variabel 22--
Tabel III.2 Jumlah Mahasiswa FEB 2026 23
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas 36
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas 37
Tabel IV.3 Karakteristik Responden 38
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 38
Tabel IV.5 Berdasarkan Lama Penggunaan 39
Tabel IV.6 Variabel Keputusan Pembelian 40
Tabel IV.7 Variabel Produk 42
Tabel IV.8 Variabel Harga 44
Tabel IV.9 Variabel Promosi 46
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linier Berganda 48
Tabel IV.11 Hasil Uji F 49
Tabel IV.12 Hasil Uji t 50
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen 8
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran 18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Sistematika Penyusunan

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Rekapitulasi

Lampiran 5 Uji Validitas & Reliabilitas Keputusan Pembelian

Lampiran 6 Uji Validitas & Reliabilitas Produk

Lampiran 7 Uji Validitas & Reliabilitas Harga

Lampiran 8 Uji Validitas & Reliabilitas Promosi

Lampiran 9 Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Koefisien Determinasi

Lampiran 10 Tabel F

Lampiran 11 Tabel t

Lampiran 12 Tabel r

Lampiran 13 Sertifikat AIK

Lampiran 14 Sertifikat Pelatihan Strategi Pemasaran

Lampiran 15 Sertifikat Pelatihan Digital Marketing

Lampiran 16 Sertifikat Product Development Manager

Lampiran 17 Sertifikat Green Marketing Leader

Lampiran 18 Sertifikat SPSS

Lampiran 19 Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer

Lampiran 20 Sertifikat Aplikasi Komputer dan Bisnis

Lampiran 21 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 22 Hasil Cek Turnitin

Lampiran 23 Surat Riset Penelitian

Lampiran 24 Biodata Penilis

Abstrak

Sofwatilla Mohzaib Ilahi / 212022289 / 2026 / Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif.data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi dari *top brand index*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi. Hasil analisis Regresi Linier Berganda (Produk, Harga, Promosi) memiliki koefisien regresi positif artinya Produk, Harga, Promosi berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil Uji F yang menunjukan F_{hitung} 47,716 > F_{tabel} 2,14 dan Sig.F 0,000 < 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil Uji t yang dilakukan menunjukan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} 2,943> t_{tabel} 1,661, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} 3,162 > t_{tabel} 1,661, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} 4,592 > t_{tabel} 1,661. Hasil Koefisien Determinasi menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,586 (58,6%) sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

Abstract

Sofwatilla Mohzaib Ilahi / 212022289 / 2026 / The Influence of Product, Price, and Promotion on Iphone Purchase Decisions among Students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang.

This study aims to determine the influence of Product, Price, and Promotion on iPhone purchase decisions among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang. The study utilized a sample of 100 respondents, selected using the purposive sampling technique. This is an associative study utilizing both primary and secondary data. Data collection techniques included questionnaires and documentation from the Top Brand Index. Data analysis techniques employed were Multiple Linear Regression, the F-test, the t-test, and the Coefficient of Determination. The Multiple Linear Regression analysis results (Product, Price, Promotion) yielded positive regression coefficients, indicating that Product, Price, and Promotion have a positive influence on purchase decisions. The F-test results showed an F-calculated value of 47.716 > F-table 2.14 and a Sig. F value of 0.000 < 0.1; thus, it can be concluded that Product, Price, and Promotion have a significant influence on iPhone purchase decisions among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang. The t-test results indicated that Product has a significant influence on purchase decisions (t-calculated 2.943 > t-table 1.661), Price has a significant influence (t-calculated 3.162 > t-table 1.661), and Promotion has a significant influence (t-calculated 4.592 > t-table 1.661). The Coefficient of Determination results showed an Adjusted R-Square value of 0.586 (58.6%), while the remaining 41.4% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Menurut Sundari dan Hanafi pemasaran adalah sebuah proses sosial yang melibatkan berbagai kegiatan yang mendukung terjadinya pertukaran barang dan jasa, yang terjadi di antara individu maupun organisasi.

Salah satu kajian dari pemasaran yang terpenting yaitu membahasan tentang perilaku konsumen. Menurut Engel dalam Sundari dan Hanafi (2024:48) perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengusulkan tindakan.

Salah satu kajian perilaku konsumen yang terpenting adalah keputusan pembelian menurut Nainggolan, *et al.* (2023:178) adalah sebuah proses yang dimulai dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif sebelum pembelian sebenarnya. Selain itu, keputusan pembelian dapat diartikan sebagai proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi perilaku-perilaku alternatif dan memilih satu di antara perilaku tersebut. Keputusan pembelian merupakan satu tahapan dari proses keputusan pembelian dari konsumen sebelum perilaku pasca pembelian, untuk memasuki tahap keputusan pembelian, konsumen dihadapkan beberapa pilihan

Smartphone adalah perangkat telekomunikasi yang dapat digunakan untuk melakukan panggilan suara, mengirim pesan teks, mengakses internet, dan berbagai fungsi lainnya. *Smartphone* saat ini lebih digemari oleh masyarakat karna dinilai lebih praktis dan mudah menggunakannya, *Smartphone* begitu populer saat ini sehingga *Smartphone* menjadi trend terbaru dan tidak terpisah dari kebutuhan dan gaya hidup manusia, dari waktu ke waktu penggunaan *Smartphone* saat ini tidak sebagai media komunikasi saja bahkan saat ini fitur yang ditawarkan sangat beragam dan bahkan setara dengan komputer.

iPhone adalah merek ponsel cerdas yang dibuat oleh Foxconn, Pegatron, Wistron dan dipasarkan oleh Apple Inc menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS. iPhone generasi pertama diumumkan oleh CEO Apple Steve Jobs pada tanggal 9 Januari 2007. Sejak saat itu, Apple merilis model iPhone baru dan pembaruan iOS setiap tahun. Pada 1 November 2018, lebih dari 2,2 miliar iPhone telah terjual di seluruh dunia. Berikut ini terdapat *top brand Smartphone* pada tahun 2026:

Tabel I. 1
Data Top brand index 2026

NO	BRAND	TBI
1	Samsung	27,70%
2	Oppo	22,20%
3	Iphone	13,80%
4	Vivo	12,10%
5	Redmi	6,90%

Sumber: Top Brand Award, 2026

Dari data tersebut, bisa dilihat bahwa salah satu *top brand Smartphone* yang popular adalah iphone. iphone adalah merek ponsel cerdas yang

dirancang dan dipasarkan oleh *Apple Inc*, dan menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS. iphone memiliki antarmuka pengguna yang dirancang pada layer multi sentuh. Perangkat ini terhubung ke jaringan seluler atau Wi-Fi, dan dapat melakukan panggilan, menjelajahi web, mengambil gambar, memutar music, dan mengirim serta menerima surel dan pesan teks. iPhone juga memiliki berbagai fitur canggih ditambahkan, termasuk ukuran layar yang lebih besar, kemampuan merekam video, kedap air, kemampuan untuk menginstal aplikasi selurel pihak ketiga melalui toko aplikasi, dan berbagai fitur aksesibilitas.

Dari data top brand jelas bahwa Samsung berada di peringkat pertama yaitu 27,70%, Oppo berada di tingkat kedua yaitu sebesar 22,20%, iPhone berada di peringkat ketiga yaitu sebesar 13,80%, Vivo berada di peringkat keempat yaitu sebesar 12,10% dan Redmi di peringkat terakhir yaitu sebesar 6, 90%. Mengapa demikian? Ternyata ada beberapa hal yang membuat pelanggan kurang puas dengan iphone. Untuk itu peneliti mencoba bertanya kepada 30 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tabel I. 2

Pra Penelitian Smartphone Iphone Tahun 2026

No	Pernyataan	Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
	Keputusan Pembelian		
`1	iphone yang ingin dibeli dari sekian banyak *Smartphone*	7	23
2	iphone menjadi pilihan utama saya dibandingkan *Smartphone* merek lain.	5	25
3	iphone dipilih karena lokasi yang dekat	14	16
	Produk		
1	iphone tidak cepat panas jika digunakan terlalu lama	8	22
2	Fitur yang dimiliki iphone sesuai dengan kebutuhan saya.	6	24
3	Desain iphone modern	11	19
	Harga		
1	Harga iphone terjangkau	3	27
2	Harga iphone sebanding dengan kualitas produk yang saya terima.	7	23
3	Manfaat yang saya peroleh dari iphone sesuai dengan harga yang saya bayarkan.	13	17
	Promosi		
1	Iklan yang ditampilkan iphone menarik	12	18
2	Setiap pembelian iphone mendapatkan hadiah gratis seperti casing	4	26
3	Informasi promo disampaikan langsung melalui Whatsapp.	13	17
	Jumlah	**30**	

Sumber : Hasil Pra Riset, 2026

Berdasarkan rekapitulasi hasil wawancara pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti yang terdapat pada Tabel I.2, menjelaskan bahwa terdapat pernyataan yang mewakili indikator-indikator yang ada pada variabel yang akan dibahas yaitu: keputusan pembelian, produk, harga, dan promosi. Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. . Pernyataan iphone yang ingin dibeli dari sekian banyak *Smartphone*, iphone menjadi pilihan utama dibandingkan *Smartphone* merek lain, dan iPhone dipilih karena lokasi yang dekat, dimana rata-rata Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa terdapat masalah pada variabel keputusan pembelian
2. Pernyataan iphone tidak cepat panas jika digunakan terlalu lama, fitur yang dimiliki iphone sesuai kebutuhan dan desain iphone modern, dimana rata-rata Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa terdapat masalah pada variabel produk
3. Pernyataan harga iphone terjangkau, harga iphone sebanding dengan kualitas produk yang diterima, dan manfaat yang diperoleh sesuai dengan harga yang dibayarkan, dimana rata-rata Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa terdapat masalah pada variabel harga
4. Pernyataan iklan yang ditampilkan iphone menarik, setiap pembelian iphone mendapatkan hadiah gratis, dan informasi mengenai promo disampaikan langsung melalui whatsapp, dimana rata-rata Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa terdapat masalah pada variabel promosi

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, akan menarik dilakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian iphone pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan dapat menambah wawasan maupun pengetahuan dalam bidang pemasaran terkhususnya di keputusan pembelian untuk penulis.

2. Bagi Almamater

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi untuk meneliti teori keputusan pembelian yang bisa di aplikasikan pada kehidupan

3. Bagi Perusahaan

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Asiati, Diah Isnaini. Fitriah, Wani. Safitri, Ervita. Choiriyah, Maftuhah Nurrahmi. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: Noer Fikri Offset

Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* CV. Yogyakarta: Qiara Media

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press

Kotler, Philip dan Amstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. (17th ed). Pearson Education

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sundari, Eva dan Hanafi, Imam. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekan Baru: UIR Press

Taufik, E.R. (2023). *Manajemen Pemasaran.* Tangerang: Media Edukasi Indonesia

Wulandari, Anna dan Mulyanto, Heru. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen.* Bandung: PT Kimshafi Alung Cipta

Jurnal:

Susanto, Dhenta Megasavitri dan Cahyono, Krido Eko (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.* Vol. 10 No. 1

Yamisah, Inka Afri dan Chasana, Amalia Nur (2024, Desember). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Mahasiswa UDINUS. *JurnalIlmiah Ekonomi dan Bisnis*. Vol 17 No. 2

Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S.P.D., & Nugroho, A. (2023). In I. Darsana et al. (Eds), Strategi Pemasaran (pp. i-178). CV. Intelektual Manifes Media. ISBN 978-623-88640-1-0.

Hasmawati, Nur., Nujum, Syamsu., dan Hasan, Sabri (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone bagidi Kota Makassar. *Journal of Social Science Research.* Vol. 4 No. 1

Zainuddin, Theresia, dan Agus (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone pada MeteorCell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis.* Vol. 5 No. 1