



## Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Android Di Surabaya

**Shandi Buana Azis**

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

E-mail: [shandiadj4@gmail.com](mailto:shandiadj4@gmail.com)

**Priyo Utomo**

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

E-mail: [priyoutomo.stiepemuda@gmail.com](mailto:priyoutomo.stiepemuda@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims (1) to answer and analyze how product quality influences segmental purchasing decisions, (2) to answer and analyze how price influences segmental purchasing decisions, (3) to answer and analyze how promotion influences segmental consumer buying decisions, and (4) to answer and analyze the influence of product quality, price, and promotion on purchasing decisions simultaneously. The population of this study is customers who acquired Android mobile phones during the past six months in Surabaya in 2022 with a sample size of 150 respondents based on the incidental sampling method. Technique for gathering data that involves distributing surveys with a Likert scale. The data analysis tools are the traditional assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, hypothesis test (t-test and f-test), and test the coefficient of determination using SPSS.*

*The results of this study indicate that product quality has a good and substantial effect on segmental purchasing decisions, price has a good and substantial effect on segmental purchasing decisions, and promotion has a good and substantial effect on segmental purchasing decisions. Simultaneously, product quality, price, and promotion have a substantial and positive effect on purchasing decisions. Product quality, price, and promotions on Android phones have a big influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product quality, price, promotions, purchasing decisions*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan (1) Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara segmental, (2) Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara segmental, (3) Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara segmental, dan (4) Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara serempak. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli handphone Android selama enam bulan terakhir pada tahun 2022 di Surabaya, khususnya dengan jumlah sampel 150 responden berdasarkan metode *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan pembagian kuesioner berdasarkan skala likert. Teknik analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji-t dan uji-f), dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian secara segmental, harga berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian secara segmental, serta promosi berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian secara segmental. Secara serempak, kualitas produk, harga, dan promosi berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, harga, dan promosi dari Hp Android mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian Hp Android.

**Kata kunci:** *Kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian*

## **A. PENDAHULUAN**

Pada era modernisasi ini, manusia terus membuat, menggunakan, maupun memodifikasi suatu yang bertujuan untuk memudahkan kehidupan manusia maupun mewujudkan suatu hal seperti bisa terbang, komunikasi jarak jauh dan sebagainya. Salah satu teknologi yang terus dikembangkan manusia saat ini adalah handphone. Handphone adalah sebuah teknologi yang praktis, efisien, mudah dibawa kemana-mana, canggih dan multifungsi. Masyarakat sangat membutuhkan handphone baik untuk hiburan, bermain game, sarana komunikasi, berbelanja online, hal pendidikan dan sebagainya.

Sebuah handphone tentunya memerlukan sistem operasi sebagai tampilan dasar untuk menjalankan berbagai aktivitas dan fungsi yang ada di dalamnya. Pada saat ini sistem operasi yang digunakan oleh handphone terbagi menjadi dua jenis yaitu Android dan iOS. Android merupakan sistem operasi milik Google yang dapat dimodifikasi dan pada saat ini digunakan oleh semua produk baru dari berbagai perusahaan handphone kecuali iPhone. Sementara iOS merupakan sistem operasi milik Apple yang hanya dikhususkan untuk produk Apple saja.

Pada saat ini kebutuhan Android bagi masyarakat telah mengalami peningkatan. Salah satunya adalah penggunaan Android di kota Surabaya. Pada saat ini masyarakat kota Surabaya banyak sekali yang menggunakan handphone Android untuk berbagai keperluan sehari-hari mereka seperti sosial media, hal pendidikan, bermain game, mendengarkan musik dan sebagainya. Hal tersebut memberikan peluang bagi para produsen Android untuk memperluas pangsa pasar dan melakukan inovasi pada produknya.

Sebelum melakukan pembelian handphone yang pertama kali diperhatikan dan diidentifikasi oleh calon pembeli adalah kualitas produk yang ditawarkan dan harga dari handphone tersebut. Pastinya para calon pembeli menginginkan produk handphone yang memiliki kualitas terbaik untuk mereka miliki. Namun kemampuan daya beli yang dimiliki oleh setiap individu berbeda-beda. Jika kualitas produk tidak jauh berbeda namun memiliki harga yang berbeda, maka kebanyakan dari calon pembeli akan memilih produk yang harganya lebih terjangkau.

Perusahaan juga harus melakukan upaya promosi untuk memperkenalkan produknya. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk baik berupa kualitas produk maupun harga yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai usaha untuk menarik minat calon pembeli dan memperluas pangsa pasar.

Memahami indikator-indikator keputusan pembelian, perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasaran mereka dan menarik minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus dalam memenuhi permintaan pasar dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan upaya promosi.


Menurut (Arnomo & Hendra, 2019) smartphone memiliki sistem operasi untuk penyelesaian permintaan fungsi dan perintah dari pengguna. Android dan iOS merupakan sistem operasi yang merajai pasar Handphone saat ini. Android merupakan suatu sistem operasi bertema Linux yang terbuka dan dapat dimodifikasi. iOS adalah sistem operasi milik Apple Inc dan khusus untuk produk Apple.

Menurut (Taufiq & Utomo, 2022) kualitas produk adalah kecakapan produk sebagai pelaksana fungsi dan pemenuhan spesifikasi-spesifikasi serta standart yang telah ditawarkan dan diinginkan konsumen. Beliau juga menjelaskan bahwa harga adalah banyaknya uang yang direlakan konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen saat prapembelian. Selanjutnya beliau menjelaskan bahwa promosi adalah pemberian informasi atas sebuah produk pada konsumen. Setelah itu beliau menjelaskan keputusan pembelian adalah proses penetapan pikiran secara nyata atas pembelian suatu produk.

Berikut data kualitas produk dan harga berbagai merek handphone, data ini bersumber dari brosur yang diberikan oleh (Fatir, 2022) dari toko elektronik Maju Hardware Magetan tahun 2022:

<b>XIAOMI 12</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 6.28 INCH TRIPLE CAM 50MP SELFIE 32MP 4500 MAH <b>9.999.000</b>	<b>XIAOMI 12 PRO</b> RAM 12GB ROM 256GB LAYAR 6.73 INCH TRIPLE CAM 50MP SELFIE 32MP 4400 MAH <b>12.999.000</b>	<b>POCO F4</b> RAM 6GB ROM 128GB LAYAR 6.57 INCH TRIPLE CAM 64MP 4900 MAH 8/128 : 5.999.000	<b>POCO F4 5T</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 6.67 INCH TRIPLE CAM 64MP SELFIE 32MP 4700 MAH <b>8.999.000</b>	<b>POCO M4 PRO</b> RAM 6GB ROM 128GB LAYAR 6.43 INCH TRIPLE CAM 64MP SELFIE 16MP 5000 MAH <b>2.999.000</b>	<b>POCO M4 PRO</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 6.43 INCH TRIPLE CAM 64MP SELFIE 16MP 5000 MAH <b>3.499.000</b>
<b>INFINIX SMART 6</b> RAM 3GB ROM 32GB LAYAR 6 INCH DUAL CAM 13MP SELFIE 8MP 5000 MAH <b>1.199.000</b>	<b>INFINIX SMART 6</b> RAM 3GB ROM 32GB LAYAR 6 INCH DUAL CAM 13MP SELFIE 8MP 5000 MAH <b>1.159.000</b>	<b>INFINIX HOT 12i</b> RAM 4GB ROM 128GB LAYAR 6.9 INCH TRIPLE CAM 13MP SELFIE 8MP 5000 MAH <b>1.599.000</b>	<b>INFINIX HOT 11e</b> RAM 4GB ROM 128GB LAYAR 6.78 INCH TRIPLE CAM 50MP SELFIE 8MP 5100 MAH 6/128 : 2.299.000	<b>INFINIX NOTE 12</b> RAM 6GB ROM 128GB LAYAR 6.7 INCH TRIPLE CAM 50MP SELFIE 16MP 5000 MAH 8/256 : 2.999.000	<b>INFINIX NOTE11 PRO</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 6.95 INCH TRIPLE CAM 64MP SELFIE 16MP 5000 MAH <b>2.799.000</b>
<b>IPHONE SE3 2022</b> Internal 64GB 7 JUTAAN Internal 128GB 9 JUTAAN Internal 256GB 10 JUTAAN	<b>IPHONE 11</b> LAYAR 6.1 INCH CAM 12MP SELFIE 7MP Internal 64GB 7 JUTAAN Internal 128GB 8 JUTAAN	<b>IPHONE 12</b> LAYAR 6.1 INCH Apple A14 Bionic DUAL CAM 12MP SELFIE 12MP 2015 MAH Internal 128GB 12 JUTAAN	<b>IPHONE 12 PRO</b> LAYAR 6.1 INCH Apple A14 Bionic QUAD CAM 12MP SELFIE 12MP 2015 MAH Internal 512GB 18 JUTAAN	<b>IPHONE 12 PRO MAX</b> LAYAR 6.7 INCH Apple A14 Bionic QUAD CAM 12MP SELFIE 12MP 2015 MAH Internal 512GB 19 JUTAAN	<b>IPHONE 13 MIN</b> Internal 128GB 12 JUTAAN Internal 256GB 14 JUTAAN Internal 512GB 17 JUTAAN
<b>IPHONE 13</b> Internal 128GB 13 JUTAAN Internal 256GB 15 JUTAAN Internal 512GB 20 JUTAAN	<b>IPHONE 13 PRO</b> Internal 128GB 17 JUTAAN Internal 256GB 29 JUTAAN Internal 512GB 22 JUTAAN	<b>IPHONE 13 PRO MAX</b> Internal 128GB 18 JUTAAN Internal 256GB 20 JUTAAN Internal 512GB 24 JUTAAN	<b>IPAD MINI 5 WIFI</b> LAYAR 7.9 INCH Apple A12 Bionic CAM 8MP SELFIE 7MP 5124 MAH Internal 256GB 9 JUTAAN	<b>IPAD PRO 11 WIFI</b> LAYAR 11 INCH Apple M1 TRIPLE CAM 12MP SELFIE 12MP 7000 MAH Internal 256GB 14 JUTAAN	<b>IPAD PRO 12.9 WIFI</b> LAYAR 12.9 INCH Apple M1 TRIPLE CAM 12MP SELFIE 12MP 9600 MAH Internal 256GB 15 JUTAAN
<b>HUAWEI NOVA 9</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 6.57 INCH TRIPLE CAM 50MP SELFIE 32MP 4300 MAH <b>7.599.000</b>	<b>HUAWEI P50 PRO</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 6.6 INCH QUAD CAM 50MP SELFIE 13MP 4360 MAH <b>14.999.000</b>	<b>MATEPAD 10</b> RAM 4GB ROM 128GB LAYAR 9.7 INCH CAM 8MP SELFIE 2MP 7100 MAH <b>4.899.000</b>	<b>MATEPAD R</b> RAM 4GB ROM 128GB LAYAR 10.4 INCH CAM 8MP SELFIE 8MP 7200 MAH <b>4.299.000</b>	<b>MATEPAD 11</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 10.95 INCH CAM 13MP SELFIE 8MP 7200 MAH <b>7.299.000</b>	<b>MATEPAD 11</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 10.95 INCH CAM 13MP SELFIE 8MP 7200 MAH <b>8.299.000</b>
<b>GALAXY TAB A 12.65</b> RAM 2GB ROM 16GB LAYAR 10.6 INCH CAM 8MP SELFIE 5MP 6000 MAH <b>3.699.000</b>	<b>GALAXY TAB A7 LITE</b> RAM 2GB ROM 32GB LAYAR 8.7 INCH CAM 8MP SELFIE 5MP 5100 MAH <b>2.499.000</b>	<b>GALAXY TAB A8 WIFI</b> RAM 3GB ROM 32GB LAYAR 10.5 INCH CAM 8MP SELFIE 5MP 7040 MAH <b>2.999.000</b>	<b>GALAXY TAB A8 LITE</b> RAM 4GB ROM 32GB LAYAR 10.5 INCH CAM 8MP SELFIE 5MP 7040 MAH <b>4.499.000</b>	<b>GALAXY TAB S6</b> RAM 6GB ROM 128GB LAYAR 10.5 INCH DUAL CAM 13MP SELFIE 8MP 7040 MAH <b>12.999.000</b>	<b>GALAXY TAB S6 LITE</b> RAM 4GB ROM 128GB LAYAR 10.5 INCH CAM 8MP SELFIE 5MP 7040 MAH <b>6.299.000</b>
<b>GALAXY TAB S8 WIFI</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 11 INCH DUAL CAM 13MP DUAL SELFIE 12MP 8000 MAH <b>9.999.000</b>	<b>GALAXY TAB S8</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 11 INCH DUAL CAM 13MP DUAL SELFIE 12MP 8000 MAH <b>12.999.000</b>	<b>GALAXY TAB S8+</b> RAM 8GB ROM 256GB LAYAR 12.4 INCH DUAL CAM 13MP SELFIE 12MP 8000 MAH <b>16.999.000</b>	<b>GALAXY TAB S8 ULTRA</b> RAM 12GB ROM 256GB LAYAR 14.6 INCH DUAL CAM 13MP DUAL SELFIE 13MP 1000 MAH <b>19.999.000</b>	<b>OPPO EL-P1</b> RAM 8GB ROM 128GB LAYAR 6.5 INCH CAM 13MP SELFIE 13MP 5000 MAH <b>1.699.000</b>	<b>MIPAD 6</b> RAM 4GB ROM 256GB LAYAR 11 INCH CAM 13MP SELFIE 8MP 8700 MAH <b>5.199.000</b>

**READY NOW**  
**POCO F4 SERIES**  
*The Ultimate Power*



POCO F4 6/128 <b>5.199.000</b>	POCO F4 8/256 <b>5.699.000</b>	POCO F4 12/512 <b>8.999.000</b>
--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

Gambar 1.

### Brosur Hp pada toko elektronik Maju Hardware tahun 2022

Sumber: Brosur Hp pada toko elektronik Maju Hardware tahun 2022.

Dari brosur tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan desainnya handphone Android lebih bervariasi daripada iPhone karena dimiliki oleh beberapa merek Hp yang memiliki keunikan desain pada masing-masing merek, sedangkan iPhone terlihat identik pada setiap jenisnya dan yang membedakan hanya posisi kameranya saja. Dan dari spesifikasi yang ditawarkan, Hp Android dan iPhone sama-sama memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri. Dari harganya, pangsa pasar Android lebih bervariasi karena mempunyai beberapa jenis Hp dari berbagai jenis Hp di harga 1 jutaan hingga diatas 10 jutaan sementara iPhone pangsa pasarnya hanya di harga 7 jutaan keatas.

Berikut adalah data dari promosi yang dilakukan oleh handphone Android dan iPhone yang bersumber dari website:



**Gambar 2.**

### **Promosi Hp Android (Vivo) di Indonesia**

Sumber: <https://www.hitekno.com/gadget/2019/07/24/150000/selain-jefri-nichol-ini-4-artis-lainnya-yang-jadi-brand-ambassador-vivo>. Diakses tanggal 10 Maret 2023.



**Gambar 3.**

### **Promosi pada penjualan perdana iPhone di Indonesia**

Sumber: <https://inet.detik.com/consumer/d-5824433/vidi-aldiano-dan-isyana-sarasvati-beli-iphone-13-pro-max-di-ibox>. Diakses tanggal 10 Maret 2023.

Gambar 2 diambil dari artikel (Oktarini, 2019) merupakan poster iklan salah satu handphone Android yaitu Vivo yang bekerjasama dengan Afgan dan Maudy Ayunda sebagai brand ambassador mereka. Sedangkan pada gambar 3 diambil dari artikel (Kharisma, 2021) merupakan suatu acara launching iPhone 13 Pro Max di iBox Indonesia yang diramaikan oleh Vidi Aldiano dan Isyana Sarasvati. Data tersebut menunjukkan bahwa handphone Android dan iPhone sama-sama telah melakukan kegiatan promosi untuk mengkomunikasikan produknya.

Berikut data dari artikel (Dihni, 2022) berupa persentasi penjualan handphone Android dan iPhone pada tahun 2021:



Gambar 4.

**Statistik persentasi penjualan dari Android dan Iphone tahun 2021 yang bersumber dari Firma riset pasar Counterpoint Research dalam katadata.co.id**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/10-smartphone-terlaris-tahun-2021-iphone-mendominasi>. Diakses tanggal 13 Februari 2023.

Dari data statistik tersebut menunjukkan penjualan iPhone pada tahun 2021 lebih baik daripada penjualan Android. Dimana 5 besar jenis Hp terlaris dimiliki oleh produk iPhone.

Dari data-data diatas menunjukkan bahwa dari kualitas produknya, Handphone Android dan iPhone sama-sama memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri namun Android dari desain lebih bervariasi. Jika dilihat dari harganya, Android mempunyai pangsa pasar yang lebih beragam daripada Android. Dan dari promosinya, handphone Android dan iPhone sama-sama telah melakukan kegiatan promosi untuk mengkomunikasikan produknya. Namun dari data penjualannya menunjukkan bahwa penjualan iPhone lebih baik daripada penjualan Android.

Menurut hasil penelitian (Sukimin & Indriastuty, 2021) menunjukkan variabel bebas Kualitas Produk, Harga dan Promosi berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Mobil Toyota di Balikpapan dengan promosi sebagai variabel bebas paling mendominasi.

Menurut hasil penelitian (Citraningrum & Panglipurningrum, 2021) menunjukkan secara segmental, kualitas produk berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi 0,013, harga berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi 0,001 sedangkan promosi berefek baik dan tidak substansial terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi 0,276. Secara serempak kualitas produk, harga dan promosi berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian dengan F signifikansi nol. Kumpulan variabel bebas tersebut melepaskan efek terhadap variabel terikat sebesar 51,6%.

Masalah yang dihadapi Hp Android masih berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen, dimana Android harus bersaing ketat dengan iPhone dalam memperebutkan pangsa pasar bahkan dari data penjualannya menunjukkan bahwa penjualan iPhone lebih baik daripada penjualan Android. Tentunya Hp Android berharap untuk bisa meningkatkan jumlah penjualannya dan dapat mengungguli jumlah penjualan dari iPhone.

Berdasarkan latar belakang diatas maka sangat penting bagi saya untuk melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Android Di Surabaya. Proyek ini akan menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Hp Android.

### **Rumusan Masalah**

1. bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara segmental?
2. bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara segmental?
3. bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara segmental?
4. bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara serempak?

### **Tujuan**

1. Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara segmental.
2. Untuk menjawab dan menganalisa bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara segmental.

3. Untuk menjawab dan menganalisis bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara segmental.
4. Untuk menjawab dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara serempak.

**Originalitas**

**Tabel .1**  
**Originalitas**

No.	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Orisinalitas Penelitian
1	(Fera & Pramuditha, 2021)Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang.	-Variabel bebas Kualitas Produk ,Harga ,dan Promosi -Variabel terikat Keputusan Pembelian	-Jumlah variabel bebas -Variabel bebas Citra Merek -Obyek penelitian -Waktu dan tempat penelitian	Studi sebelumnya memakai teknik <i>purposive sampling</i> untuk pemilihan sampel, sedangkan penelitian saya menggunakan teknik <i>insidental sampling</i> .
2	(Taufiq & Utomo, 2022) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo.	-Variabel bebas Kualitas Produk ,Harga ,dan Promosi -Variabel terikat Keputusan Pembelian	-Obyek penelitian -Waktu dan tempat penelitian	Studi sebelumnya menggunakan metode non-probabilitas yang ditentukan dengan pengambilan sampel acak, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan metode pengambilan sampel insidental.
3	(Sukimin & Indriastuty, 2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Di Kota Balikpapan.	-Variabel bebas Kualitas Produk ,Harga ,dan Promosi -Variabel terikat Keputusan Pembelian	-Obyek penelitian -Waktu dan tempat penelitian	Pada studi sebelumnya, riset dilakukan di kota Balikpapan, sedangkan pada penelitian saya, dilakukan di kota Surabaya.



4	(Mahmudi & Sitohang, 2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs Di Toko Keranjang Bola Sidoarjo.	-Variabel bebas Kualitas Produk ,Harga ,dan Promosi -Variabel terikat Keputusan Pembelian	-Obyek penelitian -Waktu dan tempat penelitian	Penelitian saya dilakukan di Surabaya, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Sidoarjo.
5	(Citraningrum & Panglipurningrum, 2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi Di Pasar Klewer Surakarta.	-Variabel bebas Kualitas Produk ,Harga ,dan Promosi -Variabel terikat Keputusan Pembelian	-Obyek penelitian -Waktu dan tempat penelitian	Studi sebelumnya memakai metode non-probabilitas yang ditentukan dengan pengambilan sampel acak, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan metode pengambilan sampel insidental.

## B. KAJIAN TEORI

### Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan dan kondisi yang dimiliki oleh suatu produk baik pada saat prapembelian maupun pascapembelian. Kualitas produk saat ini sangat penting dalam menarik minat konsumen dengan fitur-fitur dan teknologi canggih pada handphone, seperti performa yang tinggi, kapasitas baterai yang besar, kamera yang berkualitas, ram yang besar, dan lain sebagainya. Selain memberikan kepuasan pasca-pembelian dan membangun loyalitas pelanggan, produk berkualitas juga menjadi prioritas bagi calon pembeli dalam memilih handphone yang ingin dimiliki.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Daga, 2017) kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk maupun jasa sebagai pemuas konsumen.

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam (Indrasari, 2019) perusahaan harus punya ciri khas agar bisa unggul dari kompetitornya. Menurut beliau beberapa indikator dari variabel kualitas produk ialah *performance*, *durability*

(daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability*, *aesthetics* (estetika), dan *perceived quality* (kesan kualitas).

### **Harga**

Harga adalah sebuah nilai baik berupa barang maupun uang yang direlakan agar menerima manfaat bahkan memiliki suatu barang ataupun jasa. Kemampuan daya beli yang dimiliki oleh setiap individu berbeda-beda. Jika kualitas produk tidak jauh berbeda namun memiliki harga yang berbeda, maka kebanyakan dari calon pembeli akan memilih produk yang harganya lebih terjangkau.

Menurut (Taufiq & Utomo, 2022) harga adalah banyaknya uang yang direlakan konsumen agar memperoleh barang atau jasa. Harga terjangkau adalah harapan konsumen saat prapembelian.

Menurut Fure dalam (Indrasari, 2019) indikator pengukuran variabel harga ialah kesesuaian harga dengan manfaat, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

### **Promosi**

Untuk memasarkan produknya, perusahaan harus mempertimbangkan tidak hanya kualitas dan harga produk, tetapi juga harus melakukan upaya promosi. Promosi adalah suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan atau memperkenalkan baik berupa kualitas, harga, bahkan keunggulan dan perkembangan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa untuk menarik minat calon pembeli dan memperluas pangsa pasar. Ada berbagai jenis alat promosi seperti brosur, iklan di televisi, sosial media, kerjasama dengan selebritas, dan lain sebagainya.

Menurut (Sitorus & Utami, 2017) promosi adalah kegiatan pemasaran memperkenalkan produk guna menarik minat beli konsumen.

Menurut Lupiyoadi dalam (Sitorus & Utami, 2017) promosi adalah sarana komunikasi diantara perusahaan ke konsumen dan sarana pemberi pengaruh terhadap pembelian konsumen.

Menurut Kotler dalam (Taufiq & Utomo, 2022) variabel promosi punya beberapa indikator yaitu jangkauan promosi, daya tarik promosi, kualitas penyampaian pesan, dan kuantitas penayangan iklan di media promosi.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tindakan atau ketetapan dalam pembelian suatu produk atau layanan setelah mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, merek, promosi, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan atau keinginan pribadi.

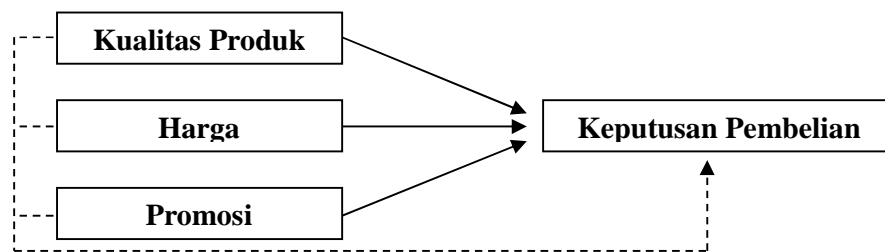
Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti preferensi pribadi, pendapatan, pengalaman sebelumnya, serta faktor eksternal seperti iklan, merek, dan pengaruh sosial. Selain itu, faktor psikologis seperti persepsi, sikap, dan motivasi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasaran mereka dan menarik minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus memenuhi permintaan pasar dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan upaya promosi.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Indrasari, 2019) keputusan pembelian konsumen ialah kegiatan memilih dua alternatif ataupun lebih.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Taufiq & Utomo, 2022) variabel keputusan pembelian memiliki beberapa indikator yaitu adanya kebutuhan akan suatu produk, timbul keinginan terhadap suatu produk, dan daya beli yang dimiliki konsumen.

### **Gambar model Penelitian**



**Gambar 5. Gambar model penelitian**

### **Hipotesis**

H1: Kualitas produk berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

H2: Harga berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

H3: Promosi berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

H4: Kualitas produk, harga dan promosi berefek baik dan substansial secara serempak terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

## **C. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

### **Jenis Data**

Proyek ini memakai data kuantitatif yang didapatkan dari data primer berupa kuesioner dan didukung dengan data sekunder berupa jurnal-jurnal dari peneliti terdahulu dan buku dalam pembuatan proposal penelitian.

### **Sumber Data**

Sumber data bersumber dari kuesioner, buku dan jurnal-jurnal dari peneliti terdahulu.

### **Ukuran Populasi dan Sampel**

Pada proyek, jumlah populasi yang diambil tidak diketahui dengan pasti. Populasi yang dimaksud adalah konsumen yang telah membeli handphone Android selama enam bulan terakhir pada tahun 2022 di Surabaya, khususnya. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel berdasarkan insidental sampling dan sebanyak 150 responden.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di Surabaya dikarenakan kemudahan akses dan lokasi yang strategis, dilakukan pada bulan Januari sampai Agustus 2023.

## Teknik Pengumpulan Data

Dengan kuesioner yang menggunakan skala likert dan studi dokumen. Menurut (Sugiyono, 2013) skala Likert dipakai sebagai pengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok tentang fenomena sosial.

**Tabel .2**

### Pemberian skor instrumen penelitian berdasarkan skala Likert

1	SS	:	Sangat Setuju	Poin 5
2	S	:	Setuju	Poin 4
3	N	:	Netral	Poin 3
4	TS	:	Tidak Setuju	Poin 2
5	STS	:	Sangat Setuju	Tidak Poin 1

## Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Suatu variabel dinyatakan valid apabila rhitung positif dan rhitung melebihi rtabel.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam (Fera & Pramuditha, 2021) kriteria pengukuran reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, kuesioner reliabel apabila koefisien Alpha melebihi taraf signifikan 70 % atau 0,70.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Proyek ini memakai uji Kolmogorov-Smirnov, data berdistribusi normal jika nilai signifikan melebihi 0,05.

#### b) Uji Multikolinieritas

Penelitian dinyatakan tidak terdapat multikolinieritas jika nilai tolerance melebihi 0,10 dan VIF (Variance Inflation Faktor) kurang dari 10.

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali dalam (Fera & Pramuditha, 2021) Pendeteksian heteroskedastisitas memperhatikan ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Apabila tanpa pola jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol di sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda adalah metode statistik untuk menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi ganda penelitian ini dirumuskan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian (variabel terikat)

a : Nilai Intersep (konstan)

b : Koefisien Regresi

X1 : Kualitas Produk (variabel bebas)

X2 : Harga (variabel bebas)

X3 : Promosi (variabel bebas)

e : error

**5. Uji T**

Ha dapat diterima apabila t hitung melampaui t tabel dan signifikan kurang dari 0,05.

**6. Uji F**

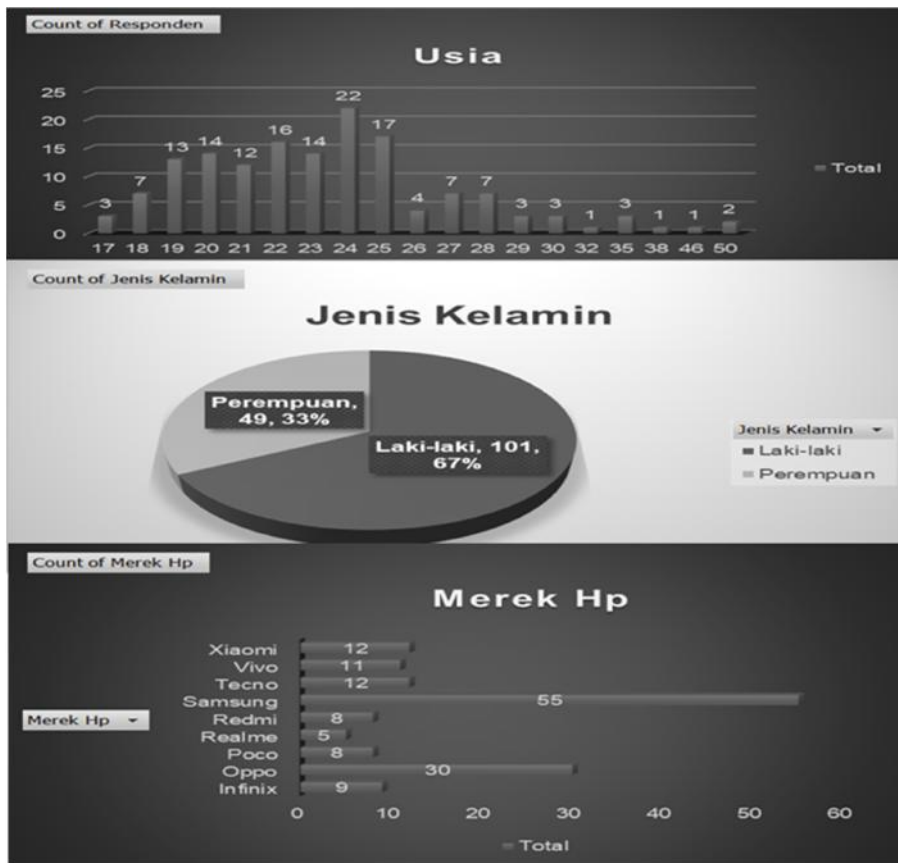
Ha dapat diterima apabila F hitung melampaui F tabel dan signifikan kurang dari 0,05.

**7. Uji Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1, dan semakin dekat dengan 1 semakin baik model menjelaskan variabilitas dalam data.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyajian Data



Gambar 1.

### Gambar statistik dari biodata responden

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Dari data tersebut terlihat bahwa usia konsumtif dalam pembelian Hp adalah pada usia 17-25 tahun, responden laki-laki dengan jumlah 101 dan persentase 67% lebih banyak daripada responden perempuan dengan jumlah 49 dan persentase 33%, serta merek Hp Android yang paling banyak diminati para responden adalah Samsung (55 responden), yang kedua adalah Oppo (30 responden), dan seterusnya. Sebaran data tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X1) disajikan sebagai berikut ini:

**Tabel .3**  
**Distribusi tanggapan responden (X1)**

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
Valid	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.97	3.95	3.99	4.11	4.14	4.15	4.12	4.20	4.11	4.09	4.11	4.07

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Statistik ini menunjukkan bahwa tipikal responden merasa puas dengan kualitas produk dari Hp Android karena nilai rata-rata dari butir pertanyaan diatas jika dibulatkan lagi semuanya memiliki skor 4 yang menunjukkan para responden setuju atau puas dengan kualitas produk dari Hp Android. Sebaran data tanggapan responden terhadap variabel harga (X2) disajikan sebagai berikut ini:

**Tabel .4**  
**Distribusi tanggapan responden (X2)**

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
Valid	150	150	150	150	150	150
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	4.07	4.03	4.05	4.10	4.07	4.05

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Statistik ini menunjukkan bahwa tipikal responden merasa puas dengan harga dari Hp Android karena nilai rata-rata dari butir pertanyaan diatas jika dibulatkan lagi semuanya mempunyai skor 4 yang menunjukkan bahwa para responden setuju atau puas dengan harga dari Hp Android. Sebaran data tanggapan responden terhadap variabel promosi (X3) disajikan sebagai berikut ini:



**Tabel .5**  
**Distribusi tanggapan responden (X3)**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.1 0	X3.1 1	X3.1 2
Valid	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
N Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.09	4.10	4.11	4.10	4.14	4.09	4.06	4.05	4.08	4.13	4.10	4.10

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Statistik ini menunjukkan bahwa tipikal responden merasa puas dengan promosi dari Hp Android karena nilai rata-rata dari butir pertanyaan diatas jika dibulatkan lagi semuanya mempunyai skor 4 yang menunjukkan bahwa para responden setuju atau puas dengan promosi dari Hp Android. Sebaran data tanggapan responden terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) disajikan sebagai berikut ini:

**Tabel .6**  
**Distribusi tanggapan responden (Y)**

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
Valid	150	150	150	150	150	150	150	150	150
N Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.07	4.11	4.11	4.13	4.07	4.07	4.07	3.99	4.07

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Statistik ini menunjukkan bahwa tipikal merasa puas saat melakukan keputusan pembelian Hp Android karena nilai rata-rata dari butir pertanyaan diatas jika dibulatkan lagi semuanya mempunyai skor 4 yang menunjukkan bahwa para responden setuju atau puas dengan promosi dari Hp Android.

### **Pembahasan**

Pada penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Android Di Surabaya dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Hp Android ini menghasilkan data-data sebagai berikut.

Dari data karakteristik responden terlihat bahwa usia konsumtif dalam pembelian Hp adalah pada usia 17-25 tahun, responden laki-laki dengan jumlah 101 dan persentase 67% lebih banyak daripada responden perempuan dengan jumlah 49 dan persentase 33% ,serta merek Hp Android yang paling banyak diminati para responden adalah Samsung (55 responden), yang kedua adalah Oppo (30 responden), dan seterusnya.

Dari hasil beberapa uji analisis data terlihat bahwa data-data yang didapat dari responden sudah memenuhi standart yang ada untuk dijadikan bahan penelitian.

Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y secara segmental adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas produk berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian. H1 disetujui karena berdasarhan uji t, X1 mempunyai thitung=4,759 yang melebihi ttabel=1,655 (sig=0,05, N=150, k=4) dan mempunyai signifikansi 0,000 yang dibawah 0,05. Hasil tersebut dapat mendukung hasil penelitian dari (Fatimah, 2023) dengan thitung=5,736 dan tingkat signifikansi=0,000 menunjukkan bahwa kualitas produk berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian.

H2: Harga berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian. H2 disetujui karena berdasarhan uji t, X2 mempunyai thitung=3,921 yang melebihi ttabel=1,655 (sig=0,05, N=150, k=4) dan mempunyai signifikansi 0,000 yang dibawah 0,05. Hasil tersebut dapat mendukung hasil penelitian dari (Tahir, 2023) yang menyatakan bahwa harga berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian, dengan hasil thitung=6,051 serta signifikansi=0,000.

H3: Promosi berefek baik dan substansial secara segmental terhadap variabel terikat keputusan pembelian. H1 disetujui karena berdasarhan uji t, X3 mempunyai thitung=2,687 yang melebihi ttabel=1,655 (sig=0,05, N=150, k=4) dan mempunyai signifikansi 0,008 yang dibawah 0,05. Hasil tersebut dapat mendukung hasil penelitian dari (Lewiska et al., 2023) yang menyatakan bahwa promosi berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian, dengan hasil thitung=2,033 serta signifikansi=0,045.

Secara serempak hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y dapat diketahui dari uji f, dalam uji f terlihat bahwa H4 disetujui karena fhitung (113,932) melebihi nilai ftabel yaitu 2,67 (k=4, N=150) serta taraf signifikannya yang senilai 0,000 kurang dari 0,05 dan disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara serempak berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat mendukung hasil penelitian dari (Harahap et al., 2022) dengan fhitung=138,403 dan signifikansi=0,000, menyiratkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara serempak berefek baik dan substansial terhadap keputusan pembelian.

Sementara besarnya pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi, dalam uji koefisien determinasi terlihat bahwa terlihat bahwa model penelitian ini mempunyai nilai R-square yang baik yaitu diangka 0,701 karena mendekati nilai 1. Hasil tersebut didukung oleh hasil penelitian dari (Harahap et al., 2022) yang melakukan sebuah penelitian dengan variabel-variabel yang sama dan dengan hasil perhitungan R-square senilai 0,920. Hal tersebut dapat menegaskan bahwa X1, X2, dan X3 mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap Y.

Pada uji regresi linier berganda hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y dapat dirumuskan pada rumus regresi berganda berikut:

$$Y = -0,790 + 0,396 X1 + 0,304 X2 + 0,217 X3$$

Y = Variabel terikat keputusan pembelian

X1 = Variabel kualitas produk

X2 = Variabel harga

X3 = Variabel promosi

Yang artinya jika X1, X2, dan X3 sama dengan nol maka Y=-0,790, setiap satu poin kenaikan X1 akan membuat Y mengalami kenaikan sebesar 0,396, setiap satu poin kenaikan X2 akan membuat Y mengalami kenaikan sebesar 0,304, dan setiap satu poin kenaikan X3 akan membuat Y mengalami kenaikan sebesar 0,217. Secara sederhananya jika Hp Android memiliki kualitas produk yang buruk, harga yang mahal, dan tidak melakukan promosi maka para pelanggan mereka bukannya bertambah melainkan akan berkurang karena mereka akan memilih produk pesaingnya. Jika Hp Android dapat meningkatkan kualitas produk, memiliki harga yang bersaing, dan melakukan kegiatan promosi maka jumlah pelanggannya akan

meningkat. Jika Hp Android hanya meningkatkan satu poin untuk dua variabel dari tiga variabel bebas diatas maka juga akan membuat pelanggannya berkurang dan beralih ke produk dari pesaingnya. Semakin besar kualitas produk yang dimiliki oleh Hp Android maka semakin besar pula peningkatan jumlah pelanggan, semakin besar daya saing harga yang dimiliki Hp Android semakin besar pula peningkatan jumlah pelanggan, dan semakin banyak dan efektif jumlah promosi yang dilakukan Hp Android maka semakin besar pula peningkatan jumlah pelanggan. Jadi sangat penting bagi produsen Hp Android untuk memperhatikan faktor-faktor dari keputusan pembelian tersebut untuk bisa terus bersaing dan memperluas pangsa pasar. Hasil penelitian tersebut dapat mendukung teori-teori yang sudah ada sebelumnya, contohnya yaitu:

1. Menurut (Putri et al., 2022) kualitas adalah poros untuk mengatur keunggulan dan kepuasan tertinggi bagi konsumen, sehingga semakin baik kualitas produk yang dipunyai oleh suatu produk maka produk tersebut akan terlihat unggul dibanding pesaingnya sehingga pelanggan akan tertarik untuk membelinya dan sebaliknya. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian diatas.
2. Menurut (Nurmin Arianto, 2022) kita dapat menyerang produk pesaing dengan sebuah produk yang memiliki mutu sama namun harganya lebih terjangkau dan jika suatu produk memiliki harga berlebihan dibandingkan mutu yang dimiliki maka konsumen akan lari pada produk pesaing. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil penelitian diatas.
3. Menurut (Nursaimatussaddiya & Cen, 2022) meskipun suatu produk memiliki kualitas unggul, konsumen tidak akan membeli jika produk itu tidak sampai ke telinga mereka. Jadi para produsen harus melakukan kegiatan promosi untuk mendapatkan atau menarik perhatian konsumen dengan kualitas maupun harga yang dimiliki. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian diatas.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Beralaskan temuan dalam penelitian, kesimpulan yang pertama adalah kualitas produk berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara segmental karena berdasarkan uji t nilai regresi sudah memenuhi standart yang ada dalam pengujian.

Kesimpulan yang kedua adalah harga berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara segmental karena berdasarkan uji t nilai regresi sudah memenuhi standart yang ada dalam pengujian.

Kesimpulan selanjutnya adalah promosi berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara segmental karena berdasarkan uji t nilai regresi sudah memenuhi standart yang ada dalam pengujian.

Serta dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berefek baik dan substansial terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara serempak karena berdasarkan uji f nilai regresi sudah memenuhi standart yang ada dalam pengujian.

Dan kesimpulan yang terakhir adalah kualitas produk, harga, dan promosi dari Hp Android mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian Hp Android karena mempunyai nilai kefisien determinasi sebesar 0,701 yang mendekati nilai 1.

### **Saran**

Diharapkan para produsen Hp Android bisa terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka, memberikan harga yang sesuai dan terjangkau pada produk-produk yang mereka tawarkan, dan terus melakukan kegiatan promosi dengan baik untuk bisa meningkatkan daya saing dan pangsa pasar mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnomo, S. A., & Hendra, H. (2019). Perbandingan Fitur Smartphone, Pemanfaatan Dan Tingkat Usability Pada Android Dan iOS Platforms. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, 3(2), 184–192.
- Citraningrum, K., & Panglipurningrum, Y. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi Di Pasar Klewer Surakarta. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(2), 177–188.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global RCI.
- Dihni, V. A. (2022). *10 Smartphone Terlaris Tahun 2021, iPhone Mendominasi*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/10-smartphone-terlaris-tahun-2021-iphone-mendominasi>
- Fatimah, B. S. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO. *Marketgram Journal*, 1(1), 11–20.
- Fatir. (2022). *Brosur Hp Pada Toko Elektronik Maju Hardware*. Toko Elektronik Maju Hardware.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (9th ed.). UNDIP.
- Harahap, M. D., Meliala, D. C., & Saribu, H. D. T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 456–481.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. In *UNITOMO PRESS*. Unitomo Press.
- Kharisma, A. (2021, November 23). *Vidi Aldiano Dan Isyana Sarasvati Beli iPhone 13 Pro Max Di iBox*. Detik.Com. <https://inet.detik.com/consumer/d-5824433/vidi-aldiano-dan-isyana-sarasvati-beli-iphone-13-pro-max-di-ibox>
- Lewiska, H. D., Salfadri, S., & Yulistia, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Konter K-Onesmartphone Air Haji Kabupaten Pesisir Selatan. *EKASAKTI MATUA JURNAL MANAJEMEN*, 1(1), 17–24.
- Mahmudi, R., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs Di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).
- Nurmin Arianto, S. E. M. M. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Cipta Media Nusantara.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Oktarini, D. S. (2019, July 24). *Cantik Dan Menawan, 4 Artis Ini Ditunjuk Yang Jadi Brand Ambassador Vivo*. Hitekno.Com. [https://www.hitekno.com/gadget/2019/07/24/150000/selain-jefri-nichol-ini-4-artist-lainnya-yang-jadi-brand-ambassador-vivo](https://www.hitekno.com/gadget/2019/07/24/150000/selain-jefri-nichol-ini-4-artis-lainnya-yang-jadi-brand-ambassador-vivo)
- Putri, N. T., Hidayat, S., & Anwar, I. (2022). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Andalas University Press.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Buku Ajar: Strategi Promosi Pemasaran. In *FKIP UHAMKA*. FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sukimin, S., & Indriastuty, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Kota Balikpapan. *Jurnal Geoekonomi*, 12(2), 194–204.
- Tahir, M. (2023). Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Pada Toko Rahmat Cell Di Kabupaten Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 91–105.
- Taufiq, M., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(6).