

---

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang

Email: [sofiahusna918@gmail.com](mailto:sofiahusna918@gmail.com)<sup>1</sup>, [adjengtrisniarty@gmail.com](mailto:adjengtrisniarty@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Jenis penelitian termasuk penelitian asosiatif kuantitatif, Populasi penelitian infinite, dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Data yang digunakan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah kuesioner dengan penentuan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode Purposive Sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo sebesar 96%, sedangkan sisanya 4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.

---

### Abstract

*This study aims to determine the Influence of Product Quality and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in North Prabumulih District. The type of research includes quantitative associative research, infinite research population, with a sample size of 100 samples. The data used are primary data. The data collection technique in the study is a questionnaire with sample determination using non probability sampling with the Purposive Sampling method. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results testing show that there is a positive and significant influence of Product Quality and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in North Prabumulih District. The coefficient of determination shows that the variables of Product Quality and Promotion on Vivo Smartphone Purchasing Decisions are 96%, while the remaining 4% is explained by other variables not examined in this study.*

**Key words:** Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions.

---

### PENDAHULUAN

Smartphone merupakan salah satu terobosan dalam dunia telekomunikasi. Smartphone mempunyai kemampuan yang tinggi dengan fungsi yang hampir menyerupakan komputer yang bekerja menggunakan perangkat lunak. Smartphone telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat pada masa ini. Mengutip dari Tribunnews.com yang menyatakan bahwa smartphone memiliki peran penting saat ini yaitu memudahkan komunikasi jarak jauh,

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

---

memperoleh berita atau informasi dengan cepat dan akurat. Dengan melihat fenomena pengguna Smartphone yang semakin meningkat, membuat para produsen smartphone berlomba-lomba dan bersaing untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha berinovasi dalam memberikan kualitas produk yang baik serta memanfaatkan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar dapat menguasai pangsa pasar yang ada.

Fenomena yang terjadi pada Smartphone dapat dilihat pada top brand Smartphone pada lima tahun terakhir yang mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Smartphone Vivo yang menempati urutan terbawah dibandingkan Smartphone lainnya walaupun sempat meningkat tetapi tetap menempati urutan terbawah pada tahun terakhir tahun.

Smartphone Vivo mengalami kurangnya kualitas kamera Smartphone Vivo tidak jernih, desain Smartphone Vivo kurang menarik, Smartphone Vivo mudah cepat panas, kurang puas dengan fitur Smartphone Vivo. Hal ini membuktikan bahwa Smartphone Vivo memiliki kekurangan dari segi kualitas produknya. Begitu pula pada iklan Smartphone Vivo kurang menarik, iklan Smartphone Vivo jarang terlihat, promosi yang ditawarkan tidak mampu membujuk konsumen, media sosial kurang aktif mempromosikan produk Smartphone Vivo.

Berdasarkan fenomena diatas terdapat dua faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu Kualitas Produk dan Promosi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut (Tjiptono & Diana, 2019) keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang dimana konsumen mengenali masalahnya, lalu mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik dari masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2017:178) pada model perilaku konsumen yaitu :

- a) Rangsangan pemasaran yang terdiri dari unsur produk, harga, saluran pemasaran, dan promosi.
- b) Rangsangan pemasaran terdiri dari atas produk, harga, saluran pemasaran, dan promosi.
- c) Rangsangan lain terdiri atas ekonomi, politik, budaya dan teknologi.
- d) Psikologi konsumen terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, memori.
- e) Karakteristik konsumen terdiri dari atas budaya, sosial, personal dan psikologis.
- f) Proses keputusan pembelian ada lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Menurut Kotler & Keller (2016:188) indikator indikator yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian antara lain sebagai berikut :

- a) Pilihan produk
- b) Pilihan merek
- c) Pilihan penyaluran
- d) Waktu pembelian

- e) Jumlah pembelian
- f) Metode pembayaran

### **Kualitas Produk**

Menurut Yunita (2021:60) kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Menurut Kotler & Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Indikator-indikator kualitas produk menurut Kotler & Amstrong (2021:239) sebagai berikut:

- a) Kinerja (*performance*)
- b) Daya tahan (*durability*)
- c) Kesesuaian (*Conformance*)
- d) Fitur (*Features*)
- e) Keandalan (*Reliability*)
- f) Estetika (*Aesthetics*).

### **Promosi**

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Menurut Alma (2020:181) mengatakan bahwasanya promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen agar tertarik.

Menurut Kotler & Keller (2016:272) terdapat beberapa indikator-indikator promosi diantaranya adalah :

- a) Pesan promosi, merupakan tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar
- b) Media promosi, media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi
- c) Waktu promosi, merupakan lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Penelitian Sebelumnya**

Penelitian dilakukan oleh Therdi Alnando dan Joan Yuliana Hutapea (2021) berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Jenis Penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 118 orang dengan teknik pengumpulan data menggunakan Purposive Sampling. Teknik analisa menggunakan uji normalitas, uji koefisien determentasi, dan analisis linier berganda. Hasil pengujian

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

---

menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung.

Penelitian dilakukan Kushardanta Susilabudi dan Tety Haryati (2021) berjudul pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 90 mahasiswa STIM Budi Bakti. Teknik sampling penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik analisa data penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa STIM Budi Bakti.

Penelitian yang dilakukan oleh Lita Novianti dan Lod Sulivyo (2021) berjudul Pengaruh kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in china di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Dengan Sampel 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini diketahui bahwa Pengaruh kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in china di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang.

Penelitian dilakukan oleh Lala Latifah Tarigan (2023) berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di PT *Accentuates* Samsung Center Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Sampel berjumlah 125 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovi dan teknik accidental. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung dan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.

Penelitian oleh Erna Kristiani Zendrato, dkk (2024) yang berjudul pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo di Transcom Gunungsitoli. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sejumlah 30 responden yang diambil melalui kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini menggunakan asosiatif, populasi dalam penelitian ini bersifat infinite yang dimana objek dari penelitian ini pengguna Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Sampel sebanyak 100 responden dengan teknik penentuan *non probability sampling* metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dikuantitatifkan. Data yang digunakan adalah data primer. Penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda meliputi uji F, uji t, serta koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1,240	,367	
Kualitas Produk	,731	,080	,730
Promosi	,230	,071	,256

Sumber. Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026.

Tabel I menunjukkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai *constant* sebesar (1,240), koefisien untuk variabel Kualitas Produk sebesar (0,731), koefisien untuk variabel Promosi sebesar (0,230). Melalui hasil analisis regresi linier berganda terlihat nilai koefisien-koefisien tersebut dapat dirumuskan dan dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 1,240 + 0,731X_1 + 0,230X_2$$

- Nilai konstanta sebesar 1,240 (positif) menunjukkan bahwa seandainya Kualitas Produk dan Promosi dianggap tidak ada, maka Keputusan Pembelian tetap bernilai 1,240.
- Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,731, menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila terjadi peningkatan pada Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian Smartphone Vivo akan meningkat dan sebaliknya apabila Kualitas Produk menurun maka Keputusan Pembelian Smartphone Vivo akan menurun.
- Nilai koefisien Promosi sebesar 0,230, menunjukkan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Artinya apabila terjadi peningkatan pada Promosi maka Keputusan Pembelian Smartphone Vivo akan meningkat dan sebaliknya apabila Promosi menurun maka Keputusan Pembelian Smartphone Vivo akan menurun.

Hasil analisis regresi linier berganda di atas, memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara.

### Uji F (Simultan)

**Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5268,767	2	2634,384	1177,894	.000 <sup>b</sup>
Residual	216,943	97	2,237		
Total	5485,710	99			

Sumber. Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026.

Tabel II menunjukkan hasil uji F (simultan) dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

Utara sebesar 1177,894. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan taraf nyata  $\alpha = 10\%$  dan derajat kebebasan  $F_{tabel} = V1 = (k-1) V2 = (n-k)$ ,  $F_{tabel} = (3-1) (100-3) = (2) (97)$  sebesar 2,36.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung} (1177,894) > F_{tabel} (2,36)$  dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,000) < 0,1$ . Maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara.

**Uji t (Parsial)**

**Tabel 3. Hasil Uji t (parsial) Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	3,379	,001
	Kualitas Produk	9,183	,000
	Promosi	3,223	,002

Sumber. Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026.

Nilai  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata  $\alpha = 10\%$ ,  $t_{tabel} = t(\alpha) (n-k) = t(0,1) (100-3) = t(0,1) (97)$  adalah sebesar 1,660715 atau 1,660 dapat dijelaskan bahwa:

- a) Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Produk sebesar  $(9,183) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai sig  $t$  sebesar  $(0,000) < 0,1$ . Maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara.
- b) Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel Promosi sebesar  $(3,223) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai sig  $t$  sebesar  $(0,002) < 0,1$ . Maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara

**Koefisien Determinasi**

**Tabel IV Hasil Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,980 <sup>a</sup>	,960	,960	1,496

Sumber. Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Artinya Kualitas Produk dan Promosi saling berkaitan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih

Utara, terbukti dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai sebesar 96% sedangkan sisanya 4% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel Kualitas Produk dan Promosi..

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2017:178) faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain: rangsangn pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi; stimulus lain yang terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan budaya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Therdi dan Yuliana (2021), Kushardanta dan Tety (2021), Lita dan Lod (2021), dan Erna Kristianin (2024) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara**

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial yang dilakukan diketahui adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2017:178) antara lain: rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi; stimulus lain yang terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan budaya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Therdi dan Yuliana (2021), Kushardanta dan Tety (2021), Lita dan Lod (2021), dan Erna Kristianin (2024) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara**

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial yang dilakukan diketahui adanya pengaruh yang signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Keller (2017:178) antara lain: rangsangn pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi; stimulus lain yang terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan budaya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Therdi dan Yuliana (2021), Kushardanta dan Tety (2021), Lita dan Lod (2021), Lala Latifah (2023) dan Erna Kristianin (2024) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

---

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji  $F_{hitung} 1177,894 > F_{tabel} 2,36$  dan signifikan sebesar  $0,000 < 0,1$  serta nilai konstanta 1,240.
- b) Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji  $t_{hitung} 9,183 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan sebesar  $0,000 < 0,1$  serta nilai koefisien 0,731.
- c) Ada pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kecamatan Prabumulih Utara. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji  $t_{hitung} 3,223 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan sebesar  $0,002 < 0,1$  serta nilai koefisien 0,230.

**Saran**

Hendaknya perusahaan memperhatikan perbaikan Kualitas Produk dan Promosi yang berkaitan dengan indikator-indikator yang mempunyai permasalahan karena dalam pengujian keduanya berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dengan meningkatkan kualitas produk dan promosi agar popularitas Smartphone Vivo dapat dijangkau disemua kalangan sehingga pembelian Smartphone Vivo pun dapat meningkat.

Terhadap Kualitas Produk, sebaiknya perusahaan Smartphone Vivo agar selalu berinovasi dalam desain, kualitas kameranya, ketahanan baterai serta fiturnya agar lebih awet. Apabila hal-hal diatas diperbaiki maka pembeli akan lebih tertarik dan melakukan Keputusan Pembelian, karena dengan kualitas produk lebih baik dan mengikuti perkembangan dengan begitu Smartphone Vivo juga akan lebih populer.

Terhadap Promosi, perlunya memperhatikan cara promosi yang dilakukan di sosial media dan pesan promosi serta waktu promosinya agar dibuat mudah dipahami dan detail mengenai kualitas, kegunaan, fitur, dan keunggulan produk sehingga pembeli merasa tertarik dan melakukan Keputusan Pembelian. Selain itu perlu juga diadakan diskon pembelian atau diskon ongkir sehingga menarik perhatian pembeli.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Desa Paburuan)*. *Jurnal Ekonomis*, 14(3d).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Ahli Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow:mPearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*. 15th Edition New Jarsey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laksana, M. . (2019). *Praktik Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Mahardika, A. W. (2020). *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu vans*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafeteria*, 2(2), 15–27. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos: Studi Kasus Pada Kantor Jawa Pos Radar Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 159–172.
- Putri, R. B. A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew. *Performa*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907>

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI KECAMATAN PRABUMULIH UTARA**

Sofia Husna<sup>1</sup>, Trisniarty Adjeng Moelyati<sup>2</sup>, Amidi<sup>3</sup>

---

- Tarigan, L. L. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di PT Accentuates Samsung Center Medan*. Jurnal Ekonomi Bisnis Digital, 2(1).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*.
- Yunita, W. (2021). *Edupreneurship dari Teori hingga Praktik*. Jawa Barat: Rumah Cemerlang Indonesia.