

**PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK,HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE OPPO PADA TOKO ISTANA ELEKTRONIK
CABANG PTC MALL PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

DAHLIA

NPM. 21011100077

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2025**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : DAHLIA
Nomor Pokok/NIRM : 2101110077
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA TOKO ISTAN ELEKTRONIK CABANG PTC MALL PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 27-08-2025 Pembimbing I : Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN: 0222036101

Tanggal 27-08-2025 Pembimbing II : Veny Mawasari, SE., M.M
NIDN: 0204078902

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 27-08-2025



Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si. Ak. CA. CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 27-08-2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.M
NIDN: 0226028303

057 /PS/DFEB/ 22

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : DAHLIA
Nomor Pokok/NIRM : 2101110077
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA TOKO ISTANA ELEKTRONIK CABANG PTC MALL PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 27-08-2025 Ketua Penguji : Lusia Margis, SE., M.Si
NIDN: 0222036101

Tanggal 25-08-2025 Penguji I : Veny Mawasari, SE., M.M
NIDN: 0204078902

Tanggal 25/8.2025 Penguji II : Hasyunah, SE.MM
NIDN: 0207126001

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 25/8 2025



Dr. Hj. Misy Mikial, SE., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 25/8/2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.M
NIDN: 0226028303

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan
Hidupmu selalu mudah, tetapi, dua kali Allah berjanji:*

“Fa inna ma’al- ‘unsri yusra,

Inna ma’al- ‘usri yusra”

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“ And Allah is the best of planners”

(Ali Imran 3:54)

*“ selalu ada harga dalam sebuah proses nikmat saja lelah-lelah itu.lebarkan lagi
rasa sabar itu semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang
kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar, Tapi gelombang-gelombang
itu yang nanti bisa kau ceritakan”*

(Boy Chandra)

*“ aku membahayakan nyama ibuku untuk lahir kedunia, jadi tidak mungkin aku
tidak ada artinya”*

Kupersembahkan Kepada

- Ayah dan ibu Tercinta
- Keluarga besarku
- Saudara perempuanku
- Diri sendiri terhebat
- Dosen pembimbingku
- Sahabat-Sahabtku
- Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dahlia
Nomor Pokok/NIM : 2101110077
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis
Jurusan :Manajemen

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul
“Pengaruh Spesifikasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Smartphone OPPO di Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall
Palembang” Telah ditulis dengan sungguh-sungguh.

Apabila dikemudian hari dibuktikan pernyataan ini tidak benar,maka saya
sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala
konsekuensinya.

Palembang, April 2025



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha esa berkat rahmat dan karunia-nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Spesifikasi Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone oppo Pada toko Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang**” yang disusun untuk memenuhi Syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Di Universitas Tridianti Palembang”

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini masi terdapat kekurangan dijauh dari kesempurnan. Oleh karena itu penelitian ini sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan dimasa yang akan datang.dalam membuat skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk ini peneliti menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE. MS selaku rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si.AK., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palembang.
3. Ibu Dr, M Ima Andriyani, SE.,MM.Si, Wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Yolanda Veybitha,SE,M,Si selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti

5. Ibu Lusia Nargis, SE.,M,Si selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.Ibu Veny Mayasari, SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini
6. Bapak ibu Dosen serta Staff dan karyawan jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti
7. Teruntuk pintu surgaku cintaku, Ayah leman dan Ibuku Amna Beliau bukanlah orang yang berada dan memang tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan tetapi beliau berdualah yang mampu mengantarkan anak bungsunya sampai selesai pendidikan perkuliahan. Terimakasih untuk setiap doa yang kalian langitkan sehingga anakmu mampu menyelesaikan pendidikan dengan baik.serta memberikan kasih saying dengan penuh cinta dan dukungan.
8. Kepada saudara perempuanku tersayang, Daryanti perempuan satu-satunya yang telah memberikan support setiap langkah yang diambil terimakasih atas dukungan selama ini. Terimakasih juga atas motivasi yang selama ini sehingga saya mampu mengerjakan skripsi ini.
9. Kepada sahabat hebatku Siskawati Wulandari S,M terimakasih telah mendampingi dimasa perkuliahan, yang memberikan semangat,motivasi dan terimakasih telah membuat hidup ini terasa lebih mudah.

10. Kepada sahabatku terbaik Reza Agustina S.M terimakasih telah memberikan semangat dalam hidup, motivasi, semoga kamu mendapatkan seluruh kebahagiaan yang pantas kamu dapatkan.
11. Kepada sahabat-sahabatku angkatan 2021, terutama group boja pride. Yang telah menemani sejak semester 1 dan selalu memberikan canda tawa, bantuan dan semangat dalam peneliti.
12. Terakhir untuk diri saya sendiri Dahlia terimakasih sudah berjuang selama ini kamu luar biasa hebat mampu menyelesaikan studinya dengan baik sampai sarjana. kamu bukanlah orang yang berada tapi tekadmu ingin seperti orang-orang sebentar lagi tercapai terimakasih sudah bertahan sampai saat ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam menyusun skripsi ini, oleh karena itu peneliti memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga proposal skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua

Palembang, Juni 2025

Dahlia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
RIWAYAT HIDUP.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	ii
12.1 Latar Belakang.....	1
12.2 Rumusan Masalah.....	6
12.3 Tujuan Penelitian	7
12.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teoris	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Spesifikasi Produk.....	15
2.1.3 Harga.....	21
2.1.4 Kualitas Pelayanan	27
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Berfikir	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Tempat dan Waktu.....	41
3.1.1 Tempat Penelitian.....	41
3.1.2 Waktu Penelitian.....	41

3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.1	Sumber Data	42
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3	Populasi,Sampel dan Sampling	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.3.3	Sampling.....	45
3.4.1	Pendekatan Penelitian.....	47
3.4.2	Jenis Penelitian Dan Definisi Operasional Penelitian	47
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	47
3.5.1	Definisi Variabel	47
3.5.2	Definisi Operasional.....	48
3.6	Instrumen Penelitian.....	53
3.6.1	Uji Validitas	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	54
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.1	Uji Normalitas.....	55
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas	56
3.7.3	Uji Multikolinieritas	56
3.8	Teknik Analisis.....	57
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.8.2	Analisis Koefisien Korelasi	58
3.8.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.9	Uji Hipotesis Statistik.....	60
3.9.1	Uji Secara Simultan (Uji F)	60
3.9.2	Uji secara parsial (Uji t)	60
3.10	Sistematika Penulis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran perusahaan	63
4.1.1	Sejarah dan perkembangan perusahaan OPPO	63
4.1.2	Visi dan Misi	65

4.1.3 Struktur organisasi PT.World Innovative Telecommunication	65
4.1.4 Tugas dan Wewenang.....	67
4.2 Gambaran Umum Penelitian	68
4.2.1 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2 Klarifikasi Responden Berdasarkan Umur	69
4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	70
4.3.1 Hasil Validitas.....	70
4.3.2 Hasil Reliabilitas	73
4.4 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.1 Hasil Normalitas.....	74
4.4.2 Hasil Heteroskedastisitas	76
4.4.3 Hasil Multikolinieritas	77
4.5 Uji Statistik.....	78
4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda	78
4.5.2 Hasil Koefisien Korelasi.....	80
4.5.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.6 Uji Hipotesis Statistik	82
4.6.1 Hasil Secara Simultan (Uji F)	82
4.6.2 Hasil Secara Parsial (Uji t).....	83
4.7 Pembahasan.....	84
4.7.1 Pengaruh Spesifikasi Produk, Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.8 Secara Simultan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Smartphone</i> Oppo Tahun 2023 dan 2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Lain yang Relevan.....	35
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	41
Tabel 3.2 Populasi Penjualan <i>Smartphone</i>	44
Tabel 3.3 Variabel dan Definisi Operasional.....	47
Tabel 3.4 Skala Ordinal.....	52
Tabel 3.5 Koefisien Korelasi	57
Tabel 3.6 Skala Penafsiran Nilai Indikator	58
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Hasil Validitas Spesifikasi Produk (X_1).....	70
Tabel 4.4 Hasil Validitas Harga (X_2)	71
Tabel 4.5 Hasil Kualitas Pelayanan (X_3)	72
Tabel 4.6 Hasil Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	72
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas.....	73
Tabel 4.8 Hasil Normalitas	74
Tabel 4.9 Hasil Multikolineritas.....	77
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Korelasi	80
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	81
Tabel 4.13 Hasil Secara Simultan (Uji F).....	82
Tabel 4.14 Hasil Secara Parsial (Uji t)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	66
Gambar 4.2 Hasil Normalitas p-plot	75
Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas	76

ABSTRAK

Dahlia, Pengaruh Spesifikasi Produk, Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO Pada Toko Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang.

(Dibawah bimbingan ibu Lusia Nargis, SE.,MM,Si.dan ibu Veny Mayasari, SE.,MM.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Spesifikasi Produk Harga dan Kualitas Pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO di Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang. Penelitian ini menggunakan teknik data Kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, berupa penyebaran hasil kuesioner. Populasi penelitian ini konsumen yang menggunakan Smartphone merek OPPO yang telah berbelanja di toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang. Sampel penelitian ini sebanyak 87 responden dipilih dengan menggunakan metode Purposive sampling. Untuk menganalisis data, penelitian menggunakan uji Normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji hipotesis (uji F dan uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh Spesifikasi produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Smartphone OPPO di toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan Uji F yang menunjukkan bahwa $\text{Sig } 0,000 < 0,1$ dilihat dari hasil uji parsial dimana variabel Spesifikasi produk, tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, uji ini dibuktikan dari nilai t tabel lebih kecil dari pada t hitung, dan nilai sig lebih kecil dari pada 0,1.

Kata kunci : Spesifikasi produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO

ABSTRACT

Dahlia, The Influence of Product Specifications, Price and Service Quality on OPPO Smartphone Purchase Decisions on the Istana Elektronik Store, PTC Mall Palembang Branch.

(Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, SE., MM, Si. and Mrs. Veny Mayasari, SE., MM.)

This study aims to determine: The Influence of Product Specifications, Price and Service Quality, both partially and simultaneously, on OPPO smartphone purchase decisions at the Istana Elektronik Store, PTC Mall Palembang Branch. This study uses Quantitative data techniques. The data source used in this study is primary data, in the form of distributing questionnaire results. The population of this study were consumers who use OPPO brand Smartphones who have shopped at the Istana Elektronik Store, PTC Mall Palembang Branch. The sample of this study was 87 respondents selected using the Purposive sampling method. To analyze the data, the study used the Normality test, the classical assumption test (multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression, hypothesis test (F test and t test) and the coefficient of determination test (R²).

The results of this study indicate that there is an influence of Product Specifications, Price and service quality on the purchase decision of OPPO Smartphones at the Istana Elektronik store, PTC Mall Palembang branch. This is proven by using the F Test which shows that Sig 0.000 < 0.1 seen from the results of the partial test where the Product Specification variable does not have a significant positive effect on purchasing decisions, the price variable has a significant effect on purchasing decisions and the service quality variable has a significant effect on purchasing decisions, this test is proven by the t table value which is smaller than the t count, and the sig value is smaller than 0.1.

**Keywords: Product Specifications, Price and Service Quality on
OPPO Smartphone Purchase Decisions**

RIWAYAT HIDUP

Dahlia dilahirkan di Desa Tanjung ALI pada tanggal 9 mei 2000 dari pasangan Bapak Karnain dan Ibu Amna saya putri ke dua dari dua bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan Pada tahun 2013 di SD Negeri 1 Tanjung ALI sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2016 di SMP PTI Palembang , Selanjutnya Sekolah Menengah Atas pada Tahun 2019 Di SMA N 1 JEJAWI pada tahun 2021 saya menjadi Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Palembang.

Palembang, April 2025

Dahlia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat telah mendorong meningkatnya persaingan dalam industri *smartphone*, termasuk di Indonesia. Salah satu merek yang berhasil menarik perhatian konsumen adalah OPPO, yang dikenal dengan fitur kamera yang berkualitas dan strategi pemasaran yang agresif. Di tengah persaingan yang ketat ini, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi merek saja, tetapi juga oleh spesifikasi produk, harga yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen maupun distributor (Putri & Hartono 2019).

Spesifikasi produk seperti kapasitas baterai, kecepatan prosesor, kualitas kamera, dan desain menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen memilih produk dengan spesifikasi tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka (Lestari & Wulandari, 2020).

Selain itu, harga juga yang kompetitif juga menjadi pertimbangan utama kalangan masyarakat kelas menengah yang lebih sensitif terhadap perubahan harga (Pratama & Nuraini, 2021,).

Pelayanan yang baik akan mendorong seorang untuk menciptakan pengalaman yang positif yang mendorong keputusan pembelian ulang dimasa mendatang dikarenakan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Setyawan & Nicky Nur Aziz, 2022),

terhadap pembelian *smartphone* oppo penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari spesifikasi produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial (Chandra & Wijaya 2018)

Komunikasi dengan telepon seluler merupakan salah satu bentuk kecanggihan *information technology* yang secara langsung bersaing dan memperebutkan hati konsumen dengan cara memahami keinginan dan kebutuhan konsumen hal ini tentunya menuntut produsen penghasil *smartphone* agar mampu bersaing dengan pesaingnya dengan meningkatkan secara terus-menerus kualitas dan kuantitas produk produksinya agar mendapatkan perhatian konsumen sehingga konsumen membeli produknya, konsumen bersifat konsumtif dikarenakan merasakan manfaat yang ditimbulkan bisa jadi dengan desain yang unik, modelan yang beranekaragam berbagai macam pilihan tipe, warna yang bagus, harga yang relative mudah terjangkau konsumen disertai dengan kecanggihan dan fitur produk oppo itu sendiri spesifikasi produk, harga dan kualitas pelayanan adalah bentuk komitmen salah satu faktor konsumen membeli kembali suatu produk dimasa yang akan mendatang (M.adi kurniawan 2020).

Oppo merupakan produk telepon (*smartphone*) yang memiliki berbagai keunggulan fitur yang tidak kalah dari pesaingnya mulai dari desain, prosesor, memori, kualitas serta keunggulan fitur-fitur lainnya, oppo masuk ke Indonesia pada tahun 2009, dikenal melalui produk-produk elektronik pemutar *Blu-ray* atau bisa di kenal dengan format cakram penyimpan media digital termasuk video yang definisi tinggi. pada tahun 2013 oppo

memperkenalkan produk telepon (*smartphone*) pertama kalinya dengan merek Find 5 sukses dalam mencatat keberhasilan produknya diindonesia dengan produk premiumnya seperti produk Flagship, pada tahun 2014 oppo kembali meluncurkan produk oppo N1 dengan harga yang lumayan mahal dengan fitur kamera selfie dengan kamera putar.tahun 2015 kembali memproduksi *smartphone* mewah dengan harga murah dan berkualitas. 2016 setelah f1 oppo meluncurkan berbagai model sekses termasuk oppo f3 dan f5 yang memperkuat posisi mereka dipasar Indonesia dengan dengan kamera AI yang diminati konsumen Indonesia.pada tahun tahun berikutnya oppo terus berinovasi dengan memperkenalkan teknologi pengisian cepat VOOC yang memungkinkan pengisian lebih cepat dari pada standar biasanya selain itu merekan memperkenalkan desain yang lebih tipis serta ringan tidak hanya berfokus pada pada ini saja pada tahun 2019 oppo meluncurkan series Reno yang menampilkan desain baru dan kamera depan pop-up(kamera naik turun dari atas) dan teknologi yang lebih canggih serta pengecasan yang lebih cepat,pada tahun 2021-2025 oppo mengeluarkan kembali produk dengan jaringan 5G dengan harga dan kualitas yang lebih murah oppo a74 5G yang ramai dipasar global termasuk diindonesia (M.adi kurniawan 2020)

Tabel 1.1 data penjualan *Smartphone* OPPO tahun 2023 dan 2024

Global Smartphone	2023 market share	2024 market share
Oppo	20%	21%
Samsung	19%	19%
Vivo	18%	17%
Xiaomi	16%	17%
Lain-lain	13%	17%

Sumber:detiknet.com,2023-2024 data diolah

Dari tabel 1.1 diatas dilihat bahwa *smartphone* oppo sedang mengalami kenaikan penjualan sebesar 21% dari pada 2023 hal ini dikarenakan inovasi dan modernisasi terus menerus OPPO kembangkan dengan kualitas desain,memori,bahkan jaringan 5G yang dapat bersaing dengan perusahaan competitor lainnya seiring berjalanya waktu , oppo terus berinovasi dan menghadirkan berbagai produk unggulan kepasar Indonesia.

Keputusan pembelian *smartphone* tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, namun merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berinteraksi. Spesifikasi produk, harga, dan kualitas pelayanan adalah tiga faktor yang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini, spesifikasi produk merujuk pada fitur-fitur teknis yang ditawarkan oleh *smartphone* Oppo, seperti kualitas kamera, kapasitas baterai, serta kecepatan prosesor. Harga produk juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan apakah konsumen bersedia untuk membeli sebuah produk, mengingat keterbatasan anggaran dan daya beli yang dimiliki. Sementara itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko juga dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian, seperti kecepatan pelayanan, kemampuan komunikasi, dan pelayanan purna jual.

Toko Istana Elektronik, cabang PTC Mall Palembang, adalah salah satu pusat penjualan produk Oppo di kota ini yang menjadi tempat konsumen mencari berbagai pilihan produk elektronik, termasuk *smartphone* Oppo. Keberadaan toko ini sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan pilihan produk yang tersedia.

Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana pengaruh spesifikasi produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di toko tersebut.

Menurut WidyaAmirita (2023) keputusan pembelian adalah suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sangat penting karena mempengaruhi keberlangsungan perusahaan tujuan ini untuk mengetahui kualitas pelayan terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO.

Spesifikasi produk menurut Dira Ernawati ST.MT (2020) penjabaran yang eksak,detail,dan terukur dari apa yang harus dicapai oleh suatu produk tersebut spesifikasi ini mencakup berbagai aspek teknis dan fungsional yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.dalam konteks perancangan produk.

Harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, seperti dijelaskan oleh Philip Kotler & Gary armstronong (2021:55) dalam buku "*principles of marketing*" harga adalah sejumlah uang yang yang dibebankan atas nilai yang ditukar pelanggan untuk memperoleh manfaat daei memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018:80) dalam buku "*Services Marketing*" menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan kenyamanan dalam berbelanja. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Dengan melihat pentingnya faktor-faktor tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang berguna bagi pihak manajemen Toko Istana Elektronik dalam meningkatkan pelayanan dan strategi pemasaran mereka,serta memberikan informasi berharga bagi oppo untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya dipasar Indonesia lebih jauh lagi penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada konsumen dan memilih produk yang tepat berdasarkan berbagai faktor yang relevan seperti spesifikasi produk,harga,dan kualitas pelayanan.berdasarkan fenomena diatas maka, penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh spesifikasi produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo pada toko istana elektronik cabang PTC Mall Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Spesifikasi produk harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo pada Toko Istana Elektronik PTC Mall Palembang?
2. Apakah Spesifikasi produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang?

3. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai atau untuk menganalisis, antara lain:

1. Untuk mengetahui Spesifikasi produk harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Oppo pada Toko Istana Elektronik PTC Mall Palembang?
2. Untuk mengetahui Spesifikasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang?
3. Untuk mengetahui Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang?
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada Toko Istana Elektronik cabang PTC Mall Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, dengan menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang serupa.
2. Manfaat Praktis :
 - 1) Bagi Toko Istana Elektronik: Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi manajemen Toko Istana Elektronik Cabang PTC Mall Palembang dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen
 - 2) Bagi Produsen Oppo: Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Oppo mengenai aspek-aspek apa saja yang perlu ditingkatkan dalam produk dan pelayanan untuk meningkatkan daya saing dan keputusan pembelian dari konsumen.
 - 3) Bagi Konsumen: Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada konsumen tentang pentingnya memilih produk berdasarkan spesifikasi, harga, dan kualitas pelayanan dalam membuat keputusan pembelian yang cerdas dan memuaskan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, C., & Salam, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 1–9
- Ahmatang, A., Karunia, E., & Suharni, V. (2021). Harga dan citra merek: Keputusan pembelian smartphone. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 52–63
- Amirita, W. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di kalangan mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Skripsi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25.
- Ardyan, E., & Gunawan, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Mark.on.id. *PERFORMA*, 6(2), 104–113.
- Counterpoint Research. (2023). OPPO's Global Smartphone Market <https://www.counterpointresearch.com>
- Erdiansyah Erdiansyah, Erfan Robyardi, Veny Mayasari, Intan Dwi Sari Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Motivasi Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Jakabaring Palembang
- Febrina Z, Feby. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa(i) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Garib, M., Fachmi, M., & Setiawan, I. P. (2019). Analysis of Factors Affecting Consumer Purchase Decision at Online Shops. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(3), 903–91
- Gunawan. (2023. February 26). Pengertian Spesifikasi HP (Handphone) atau Smartphone.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Halim, H., & Iskandar, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2).
- Jurnal Media Wahana Ekonomika* 19 (3), 383-394, 2022
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, M. A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Blitar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123–135.
- Mahendra, I. W. R., & Susila, G. P. A. J. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. *BISMA: Jurnal Manajemen*
- Pandaily. (2020). The History of OPPO From DVD Players to Smartphone Giants. Retrieved from <https://pandaily.com>
- Rohmah, Z., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Wardah kosmetik. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 37–48.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(9), 330–338.
- Sari, N. P., & Putra, A. D. (2020). Pengaruh Harga, Merek, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 112-120.
- Sianipar, D. M., Budiman, N. K., Qorihatunnasik, A., & Maesaroh, S. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada fitur Go-Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 19856.
- Setyawan, Nicky Nur Aziz (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian melalui Pasar Daring dan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Pasar Daring di Kota Makassar). Skripsi, Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (hal. 123).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (hal 229)

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (hal. 173–175).

Tjiptono, F., & Taan, E. (2021). Strategi Pemasaran Jasa (Edisi 2).

TechRadar. (2019). OPPO Reno 5G review: The world's first 5G Smartphone
<https://www.techradar.com>

Valentine, C. W., Murdiyanto, E., & Muttaqien, Z. (2023). Pengaruh brand image, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Oppo pada Toko Handphone Mbahjo Cell di Kota Kediri. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(4), 1–10.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed., p. 80).

Zulfikri, M., & Fadillah, N. (2021). Pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Zalora di Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8(2), 1–10