

**PENGARUH DESAIN FITUR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO DI OPPO  
STORE PALEMBANG**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**ICHA SARI**

**NPM. 17.01.11.0237**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**

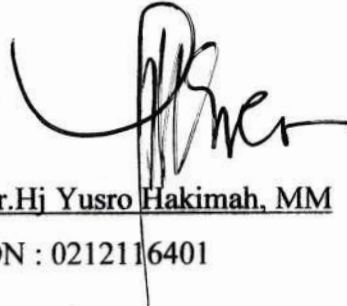
**2021**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Icha Sari  
Nomor Pokok : 17.01.11.0237  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH DESAIN, FITUR, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
MEREK OPPO DI OPPO STORE PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 26-10-21 Pembimbing I : Dr.Ir.Hj Yusro Hakimah, MM  
NIDN : 0212116401



Tanggal 28-10-21 Pembimbing II : Frecilia Nanda Melvani, SE.,MM  
NIDN : 0205069001



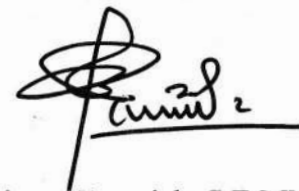
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi :  
Tanggal 28-10-21



Dr.Msy.Mikial, S.E,M.Si, Ak, CA,CSRS  
NIDN : 0205026401

Ka. Prodi Manajemen  
Tanggal 28-10-21



Mariyam Zanariah, S.E,MM  
NIDN : 0222096301

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ICHA SARI  
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.02.37  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Sumber Daya Manusia  
Judul Skripsi : PENGARUH DESAIN, FITUR, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK OPPO DI OPPO STORE  
PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 26-10-21 Ketua Penguji :

  
Dr. ir. Hj Yusro Hakimah, MM

NIDN : 0212116401

Tanggal 28-10-21 Penguji I :

  
Frecilia Nanda Melvani, SE., MM

NIDN : 0205069001

Tanggal 27/10/21 Penguji II :

  
Dr. M. Sari Sakarina, SE., MM

NIDN : 0214038501

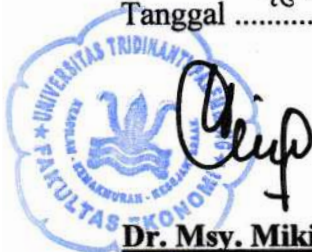
Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 28-10-21

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 28-10-21



Dr. Msy. Mikial, SE. M.Si. Ak.CACSRS

NIDN: 0205026401



Mariyam Zanariah, S.E., MM

NIDN: 0222096301

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari segala urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

### PERSEMBAHAN :

- ◆ Allah SWT dan tidak ada sekutu bagi-Nya
- ◆ Baginda Rasulullah Muhammad SAW
- ◆ Ayahku Tercinta (Ampera)
- ◆ Ibuku Tersayang (Lisiawati)
- ◆ Adikku Tersayang (Randi Martines Dosantos Dan Tri Suro Ayuni )
- ◆ Dosen Pembimbing I Skripsi (Ibu Dr.ir.Hj Yusro Hakimah, MM )
- ◆ Dosen Pembimbing II Skripsi (Ibu Frecilia Nanda Melvani, SE, MM)
- ◆ Para Dosen yang Ku Hormati
- ◆ Teman-Teman seperjuangan
- ◆ Kampus Tercinta
- ◆ Almaterku Tercinta

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : **Icha sari**  
Nomor Pokok : 1701110237  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Pemasaran  
Judul Skripsi : **Pengaruh Desain, Fitur, Kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo di Oppo Store Palembang.**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan pejiplakan dan karya orang lain.

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

Palembang, 28 Sept 2021

Penulis



**Icha sari**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Desai, fitur dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di Oppo store Palembang”

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu. Msy. Mikial, SE. M Si. Ak. CA. CSRS Selaku Dekan fakultas ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE. M.Si, Selaku ketua Jurusan Manajemen.
4. Dr Ir Hj Yusro Hakimah MM, Selaku dosen Pembimbing utama.
5. Frecilia Nanda Melvani, SE.,MM, Selaku dosen Pembimbing kedua.
6. Ibu Kamariah, SE.MM, Selaku dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang selama ini telah memberikan bekal ilmu selama masa studi.
8. Pimpinan dan pegawai di Oppo Store Cabang PT World Innovative Telecommunication Palembang yang telah memberikan bantuan dukungan serta do'anya sehingga proposal ini dapat selesai tepat waktu.
9. Yang terhormat dan yang sangat saya sayang dan harapan besar untuk saya banggakan yaitu, kedua orang tua saya Papa (Ampera) dan Mama (Lisiyaw ati), Saudari saya yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan,bantuan moril dukungan serta do'a tulusnya.
10. Kepada Sahabat saya (Riska Novita Sari Dan Mini ) yang selalu memberi saya semangat dan dukungan dalam hal apapun.

11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini yang telah banyak membantu memberikan saran atau nasihat sehingga proposal ini dapat selesai dengan baik.

Semoga Allah SWT, membalas kebaikan dan ketulusan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.

Palembang, September 2021

Penulis, Icha Sari

## ABSTRAK

**Icha sari**, Pengaruh Desain, Fitur, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di oppo store Palembang di bawah bimbingan Ibu Dr.ir.hj Yusro Hakimah, MM dan Ibu Frecilia Nanda Melvani, SE.,MM

Skripsi ini dibuat berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dalam waktu 5 bulan di Oppo Store Kota Palembang, yang bergerak dibidang pemasaran *smartphone* oppo.

Ada Pengaruh Desain, Fitur, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di oppo store Palembang, dapat dilihat dari persamaan regresi :

$$Y = 28.678 + 0,423 X_1 + 0,245 X_2 + -0,398 X_3 + e$$

Terdapat hubungan yang erat antara variabel dan variabel Desain, Fitur, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di oppo store Palembang. Korelasi antar variabel didapat nilai r sebesar 0,345.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,345 atau 34,5% menunjukkan bahwa kontribusi variabel Desain, Fitur, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo di oppo store Palembang adalah sebesar 34,5% sedangkan sisanya 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Desain, Fitur, Kualitas Produk , dan Keputusan Pembelian.*



## **RIWAYAT HIDUP**

**Icha Sari**, dilahirkan di Palembang pada tanggal 14 juni 1999 dari pasangan Bapak Ampera dan Ibu Lisiawati, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 6 Muaradua, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 1 Muaradua, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2017 di Muaradua. kemudian pada tahun 2017 saya memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Maret 2018

Penulis

**Monika Pramaisella**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teoritis.....	7
2.1.1 Pengertian Desain Produk .....	7
2.1.1.1 Aspek-aspek Desain Produk .....	8
2.1.1.2 Dimensi Desain .....	11
2.1.1.3 Indikator Desain Produk .....	12
2.1.2 Pengertian Fitur.....	12
2.1.2.1 Fitur-fitur Standar Pada Smartphone.....	14
2.1.2.2 Dimensi Fitur.....	16
2.1.2.3 Indikator Fitur .....	16
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk .....	17
2.1.3.1 Karakteristik Produk .....	18
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk .....	22
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk .....	22
2.1.4 Pengertian Smartphone.....	23

2.1.4.1	Ciri - Ciri Dasar Smartphone .....	26
2.1.4.2	Manfaat Smartphone .....	28
2.1.5	Pengertian Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5.1	Proses Keputusan Pembelian.....	34
2.1.5.2	Tingkatan dalam Keputusan Pembelian .....	35
2.1.5.3	Dimensi Keputusan Pembeli .....	36
2.1.5.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	37
2.2	Penelitian Lain Yang Relevan.....	38
2.3	Kerangka Berpikir.....	39
2.4	Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.1	Sumber Data .....	43
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3	Populasi, Sampel, dan Sampling.....	44
3.3.1	Populasi.....	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Rancangan Penelitian.....	45
3.5	Variabel dan Definisi Oprasional.....	47
3.5.1	Variabel Penelitian .....	47
3.5.2	Definisi Oprasional Variabel.....	47
3.6	Instrumen Penelitian.....	48
3.7	Uji Instrumen .....	49
3.7.1	Uji Validitas .....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.8	Teknik Analisis Data.....	50
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.1.1	Uji Normalitas.....	50
3.8.1.2	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.8.1.3	Uji Multikolinieritas.....	51
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52

3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
3.9 Uji Hipotesis .....	54
3.9.1 Uji signifikasi bersama-sama( uji F ).....	54
3.9.2 Uji Signifikasi Parsial ( uji t ) .....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian .....	57
4.1.1 Sejarah Singkat OPPO STORE PALEMBANG.....	57
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas .....	59
4.1.3.1 Struktur Organisasi .....	59
4.1.3.2 Pembagian Tugas .....	60
4.2 Pembahasan.....	63
4.3 Uji Instrumen .....	65
4.3.1 Uji Validitas .....	65
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	74
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
4.7 Uji Hipotesis Statistik (Uji F dan Uji t) .....	77
4.7.1 Uji F (Uji Simultan) .....	78
4.7.2 Uji t (Uji Parsial).....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran.....	84
Daftar Pustaka .....	85
LAMPIRAN.....	87

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Fitur-Fitur Responden pada Smartphone .....	14
Tabel 2.2 Penelitian Yang Relevan.....	38
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.5 Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 3.6 Interval.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Desain (X1).....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur (X2).....	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Desain (X1) .....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Fitur (X2) .....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X3) .....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77

Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji T .....	79

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Berfikir.....	40
4.1 Struktur Organisasi.....	60

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat menuju kearah yang baik, ini dibuktikan dengan munculnya alat komunikasi yang semakin canggih. Beberapa tahun terakhir ini *smartphone* atau sering disebut telepon pintar mampu menguasai pasar penjualan alat elektronik di dunia. Dengan adanya *smartphone* memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi, sehingga membuat manusia lebih praktis dalam mencari informasi dan berkomunikasi dalam keadaan apapun. Peluang ini justru dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang elektronik untuk menciptakan *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan bagi konsumen.

Melihat respon serta antusias masyarakat yang sangat tinggi akan kebutuhan terhadap perangkat komunikasi, *smartphone* merupakan hal yang melatar belakangi *Oppo Electronic Corp, Ltd* untuk ikut ambil bagian dalam meramaikan pasar *smartphone* di dunia. *Oppo Electronic Corp, Ltd* kali pertamanya didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen atau perusahaan elektronik yang berpusat di Dongguan, Guangdong, China. Sebelum menjajaki dan menciptakan teknologi *smartphone*, Oppo lebih dahulu memproduksi peralatan elektronik seperti *Portable Media Player, MP3 Player, LCD TV, DVD, eBook*, dan *Disc Player*. Hingga pada tahun 2008 Oppo mulai melakukan inovasi dan



memproduksi *smartphone* untuk pertamanya, pada bulan april 2013 Oppo secara resmi di Palembang dan memasarkan produknya.

Cara lain untuk menjadikan suatu produk tampak lebih menarik dapat dilakukan melalui desain. Dengan semakin ketatnya persaingan, rancangan atau desain akan menjadi salah satu cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan.

Desain adalah totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankannya fungsinya, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing, sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain produk merupakan keistimewaan, produk yang menarik dan juga membedakan dengan produk pesaing lainnya yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Selain itu dalam pembuatan produk perlu adanya hal yang istimewa, unik dan yang berbeda dari produk lain, fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dari produk itu sendiri, dari fitur atau spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk yang lain.

Fitur identik dengan sesuatu yang unik, khas, dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya, sehingga menjadi alat persaingan untuk membedakan

produk perusahaan terhadap produk sejenis dari pesaing (Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, 2011:8)

Berdasarkan pengertian diatas maka penulis memperoleh pemahaman bahwa fitur merupakan bagian penting dari atribut produk yang merefleksikan manfaat dan fungsi dari sebuah produk. Fitur juga merupakan sesuatu yang istimewa yang diciptakan pada produk yang tidak terdapat pada produk lain sehingga menjadi pembeda produk tersebut dengan produk pesaing dan dapat dijadikan dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan peneliti.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas Produk memiliki arti bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone OPPO. Seperti yang dijelaskan Kotler dan Amstrong (2016:283) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan definisi diatas mengemukakan bahwa kualitas produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau untuk dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Dari desain, fitur dan kualitas produk yang sangat terbaru dan sesuai dengan kebutuhan pembeli sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan ini mulai memproduksi *smartphone* yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembeli akan alat berkomunikasi serta alat untuk mencari informasi yang bisa digunakan dalam keadaan dan dalam waktu apapun, serta dapat memberikan kepuasan bagi pembeli, sehingga dengan kepuasan yang dirasakan, pembeli dapat mempengaruhi keluarga, teman, serta kelompok lain untuk mencoba atau bahkan melakukan pembelian terhadap produk Oppo.

Menurut Winardi dalam (Weenas, 2013), ada hal yang harus dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan dan membeli suatu produk misalnya, harga, kualitas produk, dan promosi. Jika seorang pemasar mampu membaca serta mengenali dengan baik kebutuhan konsumen, menciptakan dan mempertahankan produk yang berkualitas, memiliki fitur yang canggih, serta melakukan kegiatan promosi secara efektif, maka produk-produknya mampu bersaing dan laris dipasaran. Sedangkan *smartphone* Oppo ini sendiri masih desain lama warna yang tidak bervariasi dan fitur fitur yang terlebih dulu dipakai oleh *smartphone* lain. Sehingga penjualan *smartphone* oppo di bawah tingkat *smartphone* merek lain.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh desain, fitur dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh desain *smartphone* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh fitur *smartphone* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap secara bersama-sama keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh desain, fitur dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang?
2. Pengaruh desain *smartphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang.
3. Pengaruh fitur *smartphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang.
4. Pengaruh kualitas *smartphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penulisan proposal ini adalah sebagai berikut

##### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tambahan, wawasan baik secara teori maupun peraktek mengenai pengaruh desain, fitur dan kualitas *smartphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo di oppo store Palembang.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang desain, fitur dan kualitas *smartphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* oppo dan faktor yang mempunyai pengaruh *signifikan* dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

##### **3. Bagi Almamater**

Dapat berguna sebagai dasar penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang. Dan dapat dijadikan sumber pustaka yang dapat menambah wacana baru dalam penelitian sejenis.

## Daftar Pustaka

- Abdorrakhman Ginting. (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkan untuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*.  
**Bandung: Humaniora**
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). **Jakarta: Rineka Cipta**
- Ariwibowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nugroho (2013). *Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E- commerce*. **Jurnal Nominal. Vol. 02, No. 01, 2013.**
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- D Sunyoto 2015- *Perilaku konsumen dan pemasaran Yogyakarta: Caps*  
D.w Dahl Clarity 2013
- Dewi, L. N. G. D. N., Jatra. M. 2013. *Pengaruh Atribut produk Terhadap Keputusan Pembelian handphone di kota Denpasar*.
- Edi Suswardji dkk, 2012, *Hubungan Kompetensi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kependidikan Universitas Singaperbangsa Kerawang, Jurnal Manajemen*, Vol. 10 No. 1  
**Erlangga.**
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. **Yogyakarta. Andi. Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.**
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, **Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.**
- Kotler, Keller, 2009, *Manajemen Pemasaram*, **Edisi Ketiga belas Jilid 1, Jakarta:**
- Kotler, Keller, 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. **Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.**
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Mullins, Orville Larrech dan Boy d 2009  
Mullins, Orville, Larreche dan Boyd. 2005. *Marketing Manajemen : A Strategic Decision Making Approach., 6th edition* **Penerbit McGraw-Hill. New York City.**
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. **Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.**
- Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition*, **Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.**
- R Lupiyoadi, A Hamdani 2013 *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)- Jakarta: Salemba Empat,*

- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*.  
*New Jersey, Pearson Prentice Hall.*
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. **Alfabeta, Bandung.**
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. **Bandung : Alfabeta.**
- Supriyadi at All 2016
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2013, *Pemasaran Strategi*. **Yogyakarta: Andi.**
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*.  
**Yogyakarta: Penerbit Andi**
- Winardi, R. D. 2013. *The Influence of Individual and Situational Factors on Lower-Level Civil Servants' Whistle- Blowing Intention in Indonesia*.  
*Journal of Indonesian Economy and Business* 28(3): 361-376.