

## Pengaruh Kualitas Produk, Price discount dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya

M.Choirul Azam<sup>1</sup>, Hj.Yuni Sukandani<sup>2</sup>,  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : mchoirulazam23@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, price discount dan promosi terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo di terminal phone plaza marina surabaya yang berjumlah 114 konsumen. Pengambilan data dengan metode non probability jenis accidental sampling. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji-t dan uji-f.

Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Price discount dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari Hasil pengujian hipotesis yang sebelumnya telah diuji instrument dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas produk, Price discount dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Dari hasil koefisien determinasi, dapat diketahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu sebesar 32,4 % dan sisanya 67,6% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas produk, Price discount, Promosi dan keputusan pembelian

### ABSTRACT

This study aims to see the effect of product quality, price discounts and promotions on purchasing decisions for Oppo mobile products at the Plaza Marina Surabaya Phone Terminal. The population in this study is that consumers who buy Oppo Mobile at terminal marina Surabaya phone plaza, amounting to 114 consumers. Retrieval of data with non probability methods of accidental sampling type. Data analysis using validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing with t-test and f-test.

The results show that Product Quality, Price discount and Promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is intended from the results of hypothesis testing which had previously been tested by the instrument and the classic assumption test. The results showed that partially product quality, price discounts and promotions had a positive and significant effect on decisions. From the results of the coefficient of determination, it can be seen the amount of influence of the independent variable on the dependent variable that is equal to 32.4% and the remaining 67.6% is caused by other factors outside the variables used in this study.

Keywords: Product quality, Price discount, Promotion and purchasing decisions

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di era globalisasi persaingan bisnis yang semakin maju dan terus meningkat, pola hidup masyarakat di prediksi akan mengalami perubahan yang cukup berarti. Tidak terkecuali dengan berkembangnya teknologi yang cukup pesat. Seperti, munculnya telepon pintar yang disebut dengan *smartphone*. Hal ini memberi kesempatan bagi para pelaku ekonomi sebagai batu loncatan untuk memasuki pasar atau memperluas pasar yang telah diperoleh, Guna menunjang strategi perusahaan untuk bersaing dalam hal mempertahankan tingkat penjualan, maka seorang pemilik usaha harus meningkatkan kualitas produk, promosi dan memberikan potongan harga (*price discount*) agar dapat menarik para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Swastha (2014:25) didefinisikan sebagai tindakan nyata, dan merupakan suatu tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk, merk, harga, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Konsumen merupakan kunci utama dalam keberhasilan perusahaan karena apabila banyak konsumen yang membeli produk dari perusahaan tersebut maka dapat dipastikan perusahaan mengalami peningkatan dalam pendapat dan terbukti bahwa produk yang dibuat dapat diterima oleh masyarakat luas.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Bukan hanya produknya saja yang ditonjolkan tetapi juga dalam pelayanannya harus sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen agar konsumen dapat selalu mempercayai produk yang dibuat, karena sudah terbukti dapat memuaskan keinginan konsumen dan juga bagi produsen dapat meningkatkan laba perusahaan.

Selain kualitas produk, biasanya *Price discount* juga menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk. *Price discount* sendiri merupakan pengurangan harga dari harga normal suatu produk yang diberikan oleh suatu perusahaan. *Price discount* masuk dalam bagian dari *sales promotion* merupakan strategi yang sering di terapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan pembelian konsumen maupun menambah banyaknya pelanggan baru. Sebab, secara logis dengan adanya *price discount* konsumen berfikir jika akan memperoleh belanjaan yang lebih banyak dengan jumlah uang yang sedikit, sehingga secara tidak langsung konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian.

Disamping itu, promosi dilakukan oleh pihak perusahaan dalam menarik minat konsumen. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran diantaranya melalui promosi. Kegiatan promosi produk dapat dilakukan melalui periklanan, pemberian hadiah, dan *personal selling*.

Promosi merupakan cara agar perusahaan semakin dikenal dan lebih berkembang, karena dengan adanya promosi maka akan semakin banyak pula orang yang akan mengenal bagaimana, seperti apa perusahaan atau bisnis yang sedang ditawarkan. Promosi adalah tindakan menawarkan produk atau jasa dengan menghasilkan suatu penjualan. Oleh sebab itu promosi yang dilakukan harus menarik, kreatif, inovasi dan juga efektif, agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya promosi, perusahaan berharap agar konsumen mampu membeli atau menggunakan jasa yang disediakan.

Terminal Phone adalah salah satu toko handphone yang membuka stand di Plaza Marina Surabaya. Terminal Phone merupakan retail handphone yang memegang banyak brand, salah satu brand besar yang dipegang adalah brand Oppo. Terminal Phone juga mempunyai banyak kompetitor yang menawarkan produk handphone merek baru dengan feature yang lebih banyak dan harga yang relatif terjangkau. Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh Terminal Phone, mampu bersaing dengan para kompetitor yang saat ini terus berkembang. Disamping itu, promosi terus dilakukan oleh pihak Terminal Phone untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk handphone oppo, selain promosi yang terus dilakukan, pihak Terminal Phone memberikan potongan harga setiap pembelian produk handphone oppo dengan adanya potongan harga cashback, diharapkan konsumen semakin tertarik untuk membeli handphone di terminal phone.

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Price discount dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya".

#### Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Plaza Phone Marina Surabaya?
2. Apakah Price Discount berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya?
3. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya?
4. Apakah kualitas produk, Price Discount dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya?

#### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Price discoun terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, price discount dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

#### Tinjauan Pustaka

##### 1. keputusan pembelian (Y)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014:493) keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Menurut Devi Maria (2014:32) variabel keputusan pembelian dapat diukur melalui indikator :

- a. Kesesuaian dengan kemampuan finansial.
- b. Mudah dijangkau atau tidaknya produk.
- c. Promosi produk

## 2. Kualitas Produk (X1)

Menurut Handoko (2016:81) Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah diciptakan.

Menurut Irawan (2014:65) Kualitas produk mempunyai enam indikator, yaitu .

- a. Performance (kinerja/fungsi produk)
- b. Reliability (kehandalan suatu produk)
- c. Feature (fitur)
- d. Durability (keawetan)
- e. Conformance atau consistency (kemantapan produk)
- f. Design (bentuk/kemasan produk) .

## 3. Price Discount (X<sub>2</sub>)

Menurut Ismaya (2015:252): "potongan harga adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari jangka waktu kredit, potongan harga adalah potongan tunai dipandang dari sudut penjual".

Adapun indikator price discount Menurut Kotler (2015 :73) antara lain:

- a. Potongan harga tunai
- b. Potongan Kuantitas
- c. Potongan Harga Fungsional
- d. Potongan Harga Musiman
- e. Potongan Harga

## 4. Promosi (X<sub>2</sub>)

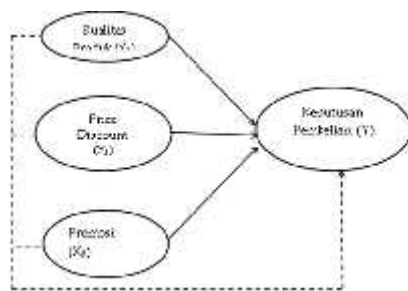
Menurut Hermawan (2015:38) pengertian promosi adalah: "Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian".

Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2014:478) antara lain:

- a. Advertising (periklanan)
- b. Sales promotion (promosi penjualan)
- c. Personal selling (penjualan perseorangan)
- d. Public relations (hubungan masyarakat),
- e. Direct marketing (penjualan langsung).

## Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual Dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

#### Hipotesis Penelitian

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
2. Price Discount berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
4. Kualitas produk, Price Discount dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo di terminal phone plaza marina surabaya.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo di terminal phone plaza marina Surabaya yang berjumlah 114.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik accidental sampling.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Dimana kuesioner disebarluaskan secara langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo di terminal phone plaza marina Surabaya berjumlah 114.

#### Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dan mempermudah analisis menggunakan bantuan SPSS 23.0 (Statistic Program for Social Science).

#### Analisis Data Penelitian

##### Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Apabila semua item dari setiap indikator mempunyai nilai yang signifikan ( $0,05$ ), maka item-item dalam kuesioner menunjukkan nilai kevalidan sehingga dapat dilanjutkan sebagai instrument penelitian.

Uji instrumen yang telah dilakukan dengan menggunakan responden yang berjumlah 144, diketahui hasil uji validitas untuk semua item dari setiap pernyataan mempunyai signifikan ( $0,05$ ), sehingga keseluruhan item dinyatakan valid.

##### Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dengan menggunakan

teknik alpha cronbach, dikatakan instrumen memiliki nilai reliabel yang tinggi jika nilai alpha cronbach > 0,6. Dari hasil analisis diperoleh koefisien reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 1  
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	,966	0,6	Reliabel
Price Discount (X2)	,938	0,6	Reliabel
Promosi (X3)	,972	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,960	0,6	Reliabel

Sumber :Lampiran Output SPSS Pengujian uji realibilitas.

Dari table diatas, diperoleh nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha pada variabel Kualitas Produk sebesar 0,966, variabel price discount sebesar 0,938, variabel Promosi sebesar 0,972, dan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,960. Dari keempat variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan sangat reliabel.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah mengetahui nilai dari masing-masing variabel, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis regresi linier berganda. Tujuan dari dilakukannya analisis regresi linier berganda. Untuk mempermudah perhitungan akan digunakan software SPSS versi 23.0, sehingga diperoleh output sebaga berikut :

Tabel 2  
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.412	3.027		0.466	0.642
1 Kualitas Produk	0.165	0.081	0.259	2.042	0.044
Price Discount	0.227	0.11	0.268	2.068	0.041
Promosi	0.137	0.059	0.190	2.342	0.021

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Lampiran Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Model Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.12 dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,412 + 0,165X_1 + 0,227X_2 + 0,137X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi sebagai berikut:

1. Dari persamaan tersebut, nilai konstanta adalah 1,412. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel Kualitas Produk, price discount dan promosi sama dengan nol. maka nilai variabel keputusan pembelian sebesar 1,412.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0,165, menunjukkan besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian, koefisien regresi bertanda positif menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh searah terhadap keputusan pembelian, yang berarti setiap peningkatan nilai Kualitas Produk satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya nilai keputusan pembelian sebesar 0,165 satuan.
3. Koefisien regresi variabel price discount sebesar 0,227, menunjukkan besarnya pengaruh price discount terhadap keputusan pembelian, koefisien regresi bertanda positif menunjukkan price discount berpengaruh searah terhadap keputusan pembelian, yang berarti setiap peningkatan nilai price discount satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya nilai keputusan pembelian sebesar 0,227 satuan.
4. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,137, menunjukkan besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, koefisien regresi bertanda positif menunjukkan promosi berpengaruh searah terhadap keputusan pembelian, yang berarti setiap peningkatan nilai promosi satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya nilai keputusan pembelian sebesar 0,137 satuan.

#### Pengujian Hipotesis

Adapun hasil pengujian menggunakan uji-t diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3  
Tabel Hasil Pengujian Uji-t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.412	3.027		0.466	0.642
1 Kualitas Produk	0.165	0.081	0.259	2.042	0.044
Price Discount	0.227	0.11	0.268	2.068	0.041
Promosi	0.137	0.059	0.190	2.342	0.021

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Lampiran Output SPSS, Uji -t

Berdasarkan tabel 4.15 diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable Kualitas produk sebesar 2,042 dengan nilai signifikan sebesar 0,044 ( $0,044 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima. Yang artinya Kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable price discount sebesar 2,068 dengan nilai signifikan sebesar 0,041 ( $0,041 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima. Yang artinya price discount berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable promosi sebesar 2,342 dengan nilai signifikan sebesar 0,021 ( $0,021 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima. Yang artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

Adapun hasil pengujian menggunakan uji-F diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4  
Uji Statistik –F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	936.358	3	12.119	17.577	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	1953.265	110	17.757		
Total	2889.623	113			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Gaya Kepemimpinan, Motivasi

Sumber : Hasil Uji Spss, Uji-F

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 17,577 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis yang diajukan diterima. Yang artinya Kualitas Produk, Price Discount dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

#### Pembahasan hasil penelitian

Hasil pengujian hipotesis 1 menggunakan Uji-t. diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable Kualitas produk sebesar 2,042 dengan nilai signifikan sebesar 0,044 ( $0,044 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima. yang artinya Kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai Kualitas produk, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan tumpuan dari keberhasilan usaha suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produknya. Oleh karena itu setiap perusahaan selalu berupaya untuk dapat terus meningkatkan kualitas produknya dengan meningkatnya kualitas produk yang dijual, maka konsumen akan lebih berminat untuk melakukan pembelian. Hasil pengujian hipotesis 2 menggunakan Uji-t. diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable price discount sebesar 2,068 dengan nilai signifikan sebesar 0,041 ( $0,041 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima. yang artinya price discount berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Pengaruh price discount terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai price discount, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis 3 menggunakan Uji-t. diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable promosi sebesar 2,342 dengan nilai signifikan sebesar 0,021 ( $0,021 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima. yang artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai promosi, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis 4 menggunakan Uji-F.diperoleh nilai f- hitung sebesar 17,577 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima.yang Kualitas Produk, Price Discount dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Pengaruh Kualitas Produk, Price Discount dan Promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai Kualitas Produk, Price Discount dan Promosi, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian.

#### Implikasi

Dalam Kegiatan Pemasaran Terminal Phone untuk tetap menyediakan handphone yang berkualitas. Dengan kualitas handphone yang baik maka konsumen akan lebih puas. Disamping itu diharapkan pihak Terminal Phone menjamin kualitas handphone yang dijual dengan memberikan garansi servis langsung di terminal phone selain garansi resmi di galery oppo, untuk tetap memberikan potongan harga kepada konsumen. Hal ini diharapkan agar penjualan handphone tetap tinggi karena konsumen lebih suka membeli handphone yang memberikan discount atau potongan harga, terus melakukan promosi penjualan dengan mengadakan event-event tertentu dan terus mempromosikan melalui media sosial, hal ini diharapkan agar konsumen mengetahui terminal handphone dan mereka memilih terminal phone jika akan melakukan pembelian.

#### Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Kualitas Produk, price Discount dan Pomosi. Sehingga, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang menjadi faktor dan mempengaruhi keputusan pembelian yang belum digunakan dalam penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

Hasibuan, Malayu S.P .2016.Manajemen Sumber Daya Manusia. : PT Bumi .Aksara, Jakarta

- Handoko, 2012. Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Luthans, Fred. 2016. Organizational Behavior, 10 th Edition, Alih Bahasa Vivi Andika Yuwono dkk, Andi, Yogyakarta
- Rivai, Vietzal, dan Ella Sagala, 2011, Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Raja Grafindo Persada Jakarta..
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Teori, Kuesioner, Dan Analisa Data Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).