



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK IPHONE**

**(Studi pada Konsumen Pengguna *Smartphone Iphone Meteor Cell Dinoyo***

**Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh :

**HELMI ARTIKASARI**

**NPM 21901092114**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

Helmi Artikasari, 2023, **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna *Smartphone* Iphone di Meteor Cell Malang)**, Dosen Pembimbing I: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Dosen Pembimbing II: Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian produk iphone (studi kasus pada konsumen pengguna *smartphone* iphone di meteor cell malang). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 960 orang dengan pengambilan sampel sebanyak 118 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur / *path analysis* dengan menggunakan program SPSS IBM 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan t hitung 2,011 dan signifikansi sebesar 0,047; kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan t hitung 6,176 dan signifikansi 0,000; Keputusan Pembelian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 10,661 dan signifikansi 0,000. Sedangkan secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Iphone di Meteor Cell Malang; Keputusan Pembelian memediasi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan hasil analisis jalur atau pengaruh total lebih besar dari pengaruh langsung yakni  $1,098 > 0,498$  serta hasil uji sobel yang memiliki signifikansi sebesar 0,000. Besarnya harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 60,4% sedangkan sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Besarnya keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen adalah 49,4% sedangkan sisanya sebesar 50,6%.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen

## SUMMARY

Helmi Artikasari, 2023, **The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction Through Purchasing Decisions for Iphone Products (Case Study on Iphone Smartphone User Consumers at Meteor Cell Malang)**, Supervisor I: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Supervisor II: Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

This research aims to determine the effect of price and product quality on customer satisfaction through purchasing decisions for iphone products (case study on consumers of iphone smartphone users at meteor cell Malang). The population used in this study was 960 people with a sampling of 118 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling with criteria set by the researcher. The analysis used in this research is path analysis using the SPSS IBM 25.0 program. The results showed that partially the price has a significant effect on purchasing decisions, with t count 2.011 and a significance of 0.047; product quality partially has a significant effect on purchasing decisions, with t count 6.176 and a significance of 0.000; Purchasing decisions partially have a positive and significant effect with a t value of 10.661 and a significance of 0.000. While simultaneously the price and product quality variables have a significant effect on purchasing decisions for Iphone brand smartphones at Meteor Cell Malang; Purchasing decisions mediate price and product quality on customer satisfaction with the results of path analysis or the total effect is greater than the direct effect, namely  $1.098 > 0.498$  and the results of the sobel test which has a significance of 0.000. The amount of price and product quality on purchasing decisions is 60.4%, while the remaining 39.6% is influenced by other variables not included in this study. The magnitude of purchasing decisions on customer satisfaction is 49.4% while the remaining 50.6%.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions and Consumer Satisfaction.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Konsumen merupakan bagian penting dalam perusahaan untuk melakukan kegiatan jual beli. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh semua perusahaan, untuk itu, perusahaan melakukan banyak upaya untuk memberikan kepuasan pada produk yang digunakan oleh konsumen. Sebelum merasakan kepuasan terhadap barang yang digunakan, konsumen akan melakukan keputusan pembelian, keputusan tersebut telah melalui beberapa tahapan yang dilalui konsumen sehingga konsumen berhasil memecahkan permasalahan dan melakukan pembelian pada suatu produk. Maka dari itu, perusahaan berbondong-bondong memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen termasuk dalam harga dan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dilansir dari *website we are social* pada 15 Februari 2022, pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami kenaikan drastis dari tahun 2018-2022, penggunaannya pun telah meluas hingga ke pelosok negeri, terutama pada pulau Jawa. Begitupun usia penggunanya, tidak hanya orang dewasa saja yang dapat menggunakan *smartphone*, semua rentang usia dapat menggunakannya. Tentunya berbeda jika *smartphone* yang digunakan anak umur 15 tahun dengan *smartphone* yang digunakan oleh orang dewasa yang berumur 35 tahun. Hal tersebut menyebabkan perusahaan *smartphone* di Indonesia berbondong-bondong memproduksi *smartphone* yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen

sehingga perusahaan dapat dengan mudah bersaing dan mendapatkan kepercayaan konsumen.

**(DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH, 2022)**



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Sumber: We Are Social (2022)

Dari data yang ditunjukkan diatas, terlihat bahwa pengguna *smartphone* mengalami peningkatan, hal tersebut menjadikan persaingan antar perusahaan yang cukup besar. Hal tersebut pula yang menjadikan perusahaan berbondong bondong untuk menawarkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Dari banyaknya merek *smartphone* yang ada di Indonesia, Iphone merupakan salah satu merek *smartphone* yang terkenal dan digunakan oleh masyarakat di Indonesia. *Smartphone* merek Iphone memberikan kualitas yang tergolong baik, mudah digunakan dan tampilan yang elegan, sehingga produk tersebut digunakan dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Berikut ini adalah tabel perbedaan spesifikasi Iphone dengan Android.

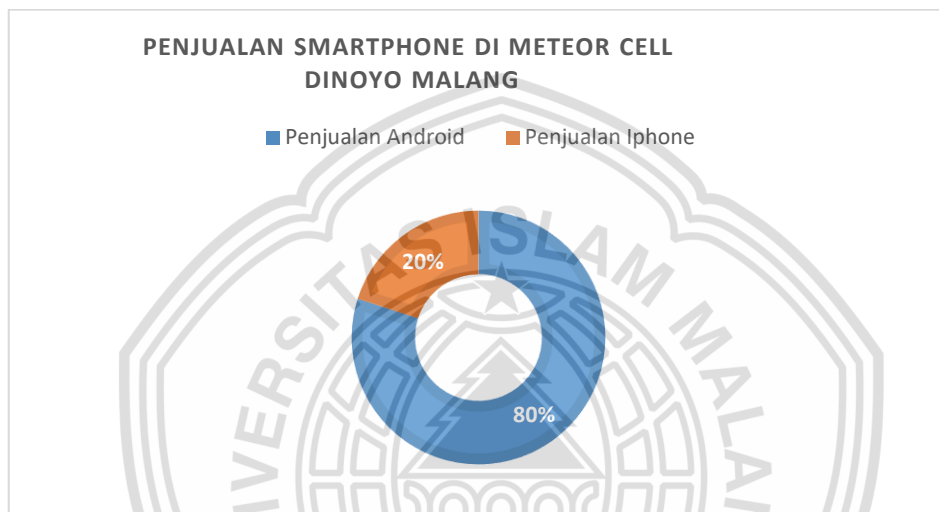
**Tabel 1.1 Perbandingan Spesifikasi Iphone dengan Android**

IPHONE	ANDROID
Software menggunakan IOS, hanya Iphone yang menggunakan.	Software menggunakan Android, semua merek smartphone lain menggunakan android.
Kamera Iphone memiliki 12- 48 megapixel lebih kecil dibanding android namun hasil foto lebih bagus dan natural.	Android menawarkan kamera mulai 6- 108 megapixel
Kamera Iphone yang dilengkapi dengan stabilisator sehingga video yang dihasilkan smooth dan tidak terasa ada guncangan.	Pada Android fitur tersebut tidak ada.
Performa Iphone lebih baik, terutama saat menggunakan aplikasi berat seperti game. Tidak adanya eror atau lag saat membuka aplikasi yang berat.	Pada beberapa android, terjadi eror atau lag saat membuka aplikasi yang berat. Tak jarang apabila penyimpanan penuh, performa android akan menjadi lebih lambat.
Keamanan data menggunakan I-Cloud, sehingga data dapat dicadangkan tanpa perlu takut hilang	Kemanan data menggunakan google drive, sehingga data dapat dicadangkan tanpa perlu takut hilang
Merek Iphone lebih bergengsi, memiliki brand image yang dibanding mahal dan berkelas oleh masyarakat. Namun, tidak banyak masyarakat yang familiar dengan merek ini.	Pada android, tidak semua smartphone yang dihasilkan memiliki brand image yang berkelas. Hanya beberapa saja yang dipandang smartphone mahal.
Harga yang ditawarkan Iphone lebih mahal, oleh karena itu fitur yang ditawarkan juga lebih baik serta kelas sosial yang dipandang berkelas Ketika memakai smartphone ini.	Harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibandingkan Iphone, oleh karena itu, android lebih sering dipakai oleh masyarakat luas.

Sumber: Apriyanto 2022. (Yoursay.id)

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa Iphone memiliki lebih banyak keunggulan dibandingkan smartphone merek lain yang sedang beredar di pasaran. Namun, sangat disayangkan pengguna Iphone di Indonesia lebih sedikit dibandingkan pengguna android. Hal tersebut yang menjadi titik permasalahan

pada penelitian ini. Mengapa pengguna iphone lebih sedikit dibandingkan pengguna android, padahal banyak fitur atau kelebihan pada smartphone Iphone yang lebih unggul dibandingkan dengan smartphone android. Berikut ini disajikan data pengguna smartphone Iphone / IOS ,Android maupun jenis smartphone lainnya. (Apriyanto, 2022)



**Gambar 1.2. Diagram Data Penjualan Smartphone di Meteor Cell**

**Sumber: Meteor Cell Malang**

Objek penelitian yang ada pada penelitian ini adalah konsumen Meteor Cell Dinoyo Malang yang Menggunakan *Smartphone* merek Iphone. Dari wawancara singkat yang dilakukan peneliti kepada Manager Store yakni Bapak Bashir dan Promotor yakni Ibu Avia, didapatkan bahwa perbandingan penjualan android dan Iphone sebesar 80% banding 20%. Penjualan android lebih banyak yakni sebesar 80% dan penjualan Iphone sebanyak 20%. Sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, Konsumen akan melakukan pertimbangan terlebih dahulu, sehingga konsumen tidak merasa rugi setelah melakukan pembelian. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2018:177)

bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan akhir seorang konsumen untuk membeli produk dengan merek yang paling disukai melalui beberapa pertimbangan mengenai harga, manfaat produk, pendapatan dan faktor situasional lainnya.

Kepuasan konsumen dapat dilihat setelah konsumen melakukan keputusan pembelian dan merasakan dampak dari produk yang diberikan, dalam penelitian ini, permasalahan yang ditemukan adalah pada kualitas produk terutama dalam hal kapasitas baterai. Dapat dilihat dari gambar 1.1 bahwa penjualan android lebih besar dibandingkan penjualan Iphone. Dengan penjualan android yang lebih banyak dibandingkan penjualan Iphone, dapat dipertanyakan apakah pembeli Iphone merasakan kepuasan. Kepuasan konsumen dapat muncul apabila suatu produk dapat memenuhi *ekspektasi* konsumen, begitu pula sebaliknya apabila Sejalan dengan pernyataan tersebut Kotler dan Amstrong (2018:39) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau sedih yang dirasakan setelah menggunakan sebuah produk dengan membandingkan ekspektasi yang ada dipikiran dan benak konsumen

Harga memiliki posisi yang cukup penting untuk memberikan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan merasakan kepuasan terhadap produk yang digunakan. Dengan ditawarkannya harga oleh perusahaan, calon konsumen akan berfikir untuk memberikan sejumlah uang dengan mendapatkan produk yang diinginkannya, setelah konsumen melakukan pembelian, konsumen akan merasakan manfaat dari produk tersebut dan mengalami kepuasan apabila produk sesuai dengan keinginannya. Pada survei awal yang dilakukan oleh peneliti ditunjukan bahwa alasan customer Meteor Cell Dinoyo



Malang tidak menggunakan / membeli produk Iphone yakni harga yang kurang terjangkau, beberapa customer juga menilai bahwa harga yang ditawarkan produk Iphone mahal dan beberapa kualitas atau fitur yang didapatkan. Harga yang ditawarkan oleh brand Iphone juga jauh lebih mahal dengan harga yang ditawarkan oleh android. Seperti dengan sama sama memiliki 128gb penyimpanan dan 54mp kualitas kamera, harga iphone bisa mencapai 10-15 juta, sedangkan android dapat diperoleh dengan harga 3,5juta – 5 juta.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:308) Harga merupakan berapa jumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen agar bisa menggunakan dan mendapatkan manfaat dari suatu produk/jasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2018) kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dari produk membuat konsumen merasa puas akan produk tersebut.

Selain harga, kualitas produk juga berpengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen dan kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk tersebut dibutuhkan dan disukai oleh konsumen, konsumen akan dengan mudah mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan memberikan kepuasan terhadap konsumen tersebut. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan bahwa customer Meteor Cell Malang merasa kurang cocok dengan kualitas produk yang ada pada produk Iphone, hal tersebut ditunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh produk Iphone kurang memenuhi kebutuhan para customer yang kebanyakan dari mereka merupakan mahasiswa, karyawan maupun pekerja lainnya, yang dalam hal ini

membutuhkan ketahanan baterai yang tinggi dikarenakan banyaknya aktivitas yang dilakukan. Yang menjadi permasalahan dalam kualitas produk adalah dalam hal kapasitas baterai yang tidak sebanyak merek smartphone lain.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Menurut Menurut Keller dan Amstrong (2018:250) Kualitas produk adalah sesuatu yang menjadi karakteristik suatu produk / jasa yang mempunyai pengaruh untuk mengukur baik atau tidaknya suatu produk untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selvia dkk (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta secara bersamaan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rahayu (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga memiliki nilai strategis untuk memuaskan konsumen, kualitas produk juga terbukti berpengaruh dan menjadi faktor utama pembentuk kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan saat ini ada pada variabel intervening yang digunakan peneliti.

Peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keputusan pembelian memediasi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dengan lebih banyaknya Customer yang tidak menggunakan Iphone dibandingkan yang menggunakan Iphone memberi pertanyaan terhadap minoritas pengguna Iphone apakah mereka merasakan kepuasan terhadap harga dan produk yang digunakanya, padahal mayoritas customer tidak menggunakanya.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa harga dan kualitas produk memberikan peluang bagi konsumen untuk melakukan pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumen. Sementara responden yang digunakan adalah customer Meteor Cell Dinoyo Malang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Berdasarkan keadaan yang sudah dipaparkan diatas, diperlukan kajian penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Melalui Keputusan Pembelian”** Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan penjelasan dan dapat diketahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada *smartphone* iphone yang dapat digunakan kebijakan perusahaan dimasa yang akan datang.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)?
2. Apakah kualitas produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)?
3. Apakah harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)?
4. Apakah keputusan pembelian (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Z)?

5. Apakah keputusan pembelian (Y) memediasi pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Z)?

### C. Tujuan Penelitian

Dapat dilihat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan harga (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y)
2. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
3. Mengetahui pengaruh yang simultan pada harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
4. Mengetahui pengaruh keputusan pembelian (Y) terhadap kepuasan konsumen
5. Mengetahui Apakah keputusan pembelian (Y) memediasi pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Z)

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini ada dua, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat menjadi tambahan ilmu khususnya dibidang pemasaran dan dapat diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, khususnya kehidupan berwirausaha / berbisnis.

Bagi penulis , manfaat penelitian ini bagi penulis adalah dapat memperdalam ilmu-ilmu bisnis khususnya dalam bidang pemasaran, penulis dapat mengetahui seberapa berpengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada *smartphone* merek iphone, khususnya pada konsumen di Meteor Cell Dinoyo Kota Malang

## 2. Manfaat praktis

1. Bagi civitas akademika / fakultas , diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kajian ilmiah yang bermanfaat dan menambah wawasan keilmuan, khususnya dibidang pemasaran.
2. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk perusahaan baik dalam melakukan evaluasi maupun penyusunan strategi dalam hal pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama di kemudian hari.

## E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu Menyusun sistematika pembahasan sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan dipahami dengan baik. Berikut ini adalah sistemtika pembahasan yang disusun oleh penulis.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang didalamnya berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua, pada bab ini memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Pada bab ini juga ditunjukkan penelitian penelitian terdahulu yang menjadi refrensi dalam melakukan penelitian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga, menjelaskan tentang metode penelitian yang dipakai peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan sumber data dan tahap-tahap penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat, pada bab ini memuat tentang hasil dan pembahasan. Meliputi pemaparan data dan temuan penelitan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab kelima, merupakan penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dan saran.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis mengenai judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi pada Konsumen Pengguna *Smartphone* Iphone di Meteor Cell Malang)” yang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner pada konsumen pengguna *smartphone* di Meteor Cell Malang, dengan jumlah sebanyak 118 responden. Berdasarkan uraian diatas maka ditarik kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan kesimpulan bahwa konsumen lebih tertarik dengan harga yang memiliki kualitas produk yang sesuai, semakin sesuai harga dengan kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian yang ada pada produk Iphone di Meteor Cell Malang
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, secara parsial bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan kesimpulan bahwa konsumen lebih tertarik pada desain produk yang bagus namun tetap nyaman digunakan. Sehingga semakin baik desain dan kenyamanan yang ada, maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian

3. Berdasarkan hasil jawaban kuisioner yang telah diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic 25* bahwa dalam uji simultan (Uji F) secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini, produk Iphone yang dijual di Meteor Cell harus tetap mempertahankan harga yang sesuai dan kualitas yang bagus agar konsumen senantiasa melakukan pembelian produk Iphone di Meteor Cell Malang.
4. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, secara parsial bahwa variabel keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Maka dapat dikatakan bahwa konsumen akan merasakan kepuasan setelah konsumen melakukan keputusan pembelian.
5. Berdasarkan hasil analisis path yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa keputusan pembelian memediasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Yang berarti bahwa adanya mediasi terhadap keputusan pembelian yang memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

## **B.Saran**

### **1. Bagi Perusahaan Iphone dan Meteor Cell Malang**

- a. Produk Iphone harus tetap mempertahankan kualitas produk yang dimiliki sehingga memiliki kesesuaian terhadap harga yang ditawarkan.
- b. Perusahaan Iphone harus dapat mempertahankan hal-hal yang menjadi nilai tambah pada produk Iphone yang tergolong mahal, atau jika perlu Meteor Cell dan Iphone memberikan diskon / potongan harga, voucher pada saat saat tertentu seperti saat event halbonas atau hari belanja nasional.



- c. Produk Iphone harus terus mempertahankan baik dan menariknya desain yang ada namun tetap memberikan kenyamanan saat digunakan.
- d. Produk Iphone harus mempertahankan hal hal yang membuat kualitas produk Iphone baik, dan terus melakukan inovasi dari segi kinerja, spesifikasi, desain, fitur dan kemudahan perbaikan, sehingga memicu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Iphone di Meteor Cell Malang.
- e. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa keputusan pembelian memediasi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. dalam hal ini, diharapkan Iphone tetap menjaga kesesuaian harga dengan baiknya kualitas produk yang diberikan, serta untuk memberikan kepuasan konsumen, dari pihak Meteor Cell disarankan untuk terus memberikan yang terbaik mengenai harga dan kualitas produk sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian produk Iphone.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Diharapkan dapat melakukan penelitian dengan tema yang serupa dengan pengembangan variabel lain namun dengan objek yang berbeda dan dapat memperluas dalam pengambilan sampel, sehingga penelitian akan lebih akurat.
- b. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel yang dapat memperkuat dan juga memperluas banyak hal dalam penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, g., herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Grabby Bites. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 6, Februari 2021*, 449-457.
- Apriyanto, R. (2022). *Selalu Jadi Ponsel Idaman, Yuk Intip 6 Kelebihan Iphone Dibanding Android!* indonesia: Yoursay.id.
- Efdison, Z., Lova, A. N., Yelnim, Yadewani, D., & Harahap, E. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopu Nur. *Jurnal Ilmu Sosial Vol.2, No.1, Februari2023*, 1293-1304.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek, Cetakan pertama*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Hasan, A. (2009). *Marketing (edisi pertama)*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Heryanto, I., & Triwibowo, T. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel*. Bandung : Informatika.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lestari, R., & Fengyuan, L. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dan terhadap keputusan pembelian pada online shop JD.ID. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume nomer 5, number 7 2023*, 2980-2999.
- Nurhayati, Febrianto, A., & Rasyidi. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kota Puruk Cahu. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Juli-Desember 2020*, 54-64.
- Nurjamad, M. A., & Larasati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Kepuasan konsumen Fitur Go-Ride PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Universitas Nasional Pasim vol 13 no 1* , 1-11.
- Nuryadi, Utami, Budiantara, & Martinus. (2017). *Dasar-Dasar statistik Penelitian*. Jakarta: Si Buku Media.

- Pratiwi, N. R., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *JUBIS Vol. 2 No. 2 Tahun 2021*, 18-27.
- Riduan. (2013). *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus) Cetakan ke 3*. Jakarta: PT.Buku Semeru.
- Tijptono, F., & Chandra, G. (2008). *Pemasaran Srrategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yulianti, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Managemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Zubairi, A., Ediyanto, & Praja, Y. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Mediasi Variabel Keputusan Pembelian Pada Industri Makmur Jaya di Besuki. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS Vol. 1, No. 4, Mei 2022 : 677-691, 677-691*.