

**PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK, HARGA DAN  
TESTIMONI ORANG LAIN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI  
PADA DIVA CELL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Disusun oleh :  
DWI ADITYA SAPUTRA  
NPM : 1910061201119**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH  
2023**

**PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK, HARGA DAN TESTIMONI  
ORANG LAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE XIAOMI PADA DIVA CELL**

DWI ADITYA SAPUTRA

Pembimbing: Dr. GAMPO HARYONO, S.E, M.M

Program studi manajemen

Sekolah tinggi ilmu ekonomi sakti alam kerinci, Sungai penuh

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Untuk mengetahui pengaruh spesifikasi produk terhadap keputusan pembelian pada usaha smartphone di diva cell dan seberapa besar pengaruhnya. 2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada usaha smartphone di diva cell dan seberapa besar pengaruhnya. 3. Untuk mengetahui pengaruh testimoni orang lain terhadap pembelian pada usaha smartphone di diva cell dan seberapa besar pengaruhnya. 4. Untuk mengetahui pengaruh spesifikasi produk, harga dan testimonio orang lain terhadap keputusan pembelian pada usaha smartphone di diva cell secara simultan dan berapa besar pengaruhnya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu; 1. Spesifikasi Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ( $1,706 < 1,99167$ ) dan besar pengaruhnya hanya 5,96%. 2. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi yang dibuktikan dengan nilai -thitung lebih besar dari nilai -ttabel ( $-0,974 > -1,99167$ ) dan besar pengaruhnya hanya - 1,78%. 3. Testimoni orang lain berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ( $-0,974 > -1,99167$ ) dan besar pengaruhnya adalah sebesar 17,66%. 4. Spesifikasi produk, harga dan testimoni orang lain terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi yang dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $7,080 > 2,72$ ) dan besar pengaruhnya adalah sebesar 21,8%.

**Kata Kunci: Spesifikasi Produk, Harga, Testimoni Orang Lain, Keputusan Pembelian.**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT SPECIFICATIONS, PRICES AND  
OTHER PEOPLE'S TESTIMONIALS ON THE DECISION TO  
PURCHASE XIAOMI SMARTPHONE ON DIVA CELL**

DWI ADITYA SAPUTRA

Advisor: Dr. GAMPO HARYONO, SE, MM

Management study program

Sekolah tinggi ilmu ekonomi sakti alam kerinci, Sungai penuh

**ABSTRACT**

This study aims to determine: 1. To determine the effect of product specifications on purchasing decisions in the smartphone business in the diva cell and how much influence it has. 2. To determine the effect of price on purchasing decisions in the smartphone business in diva cell and how much influence it has. 3. To find out the effect of other people's testimonials on purchases in the smartphone business at Diva Cell and how much influence they have. 4. To find out the effect of product specifications, prices and other people's testimonials on purchasing decisions in the smartphone business in diva cell simultaneously and how big the effect is. The research methodology used is descriptive qualitative and quantitative descriptive approaches. Research results namely; 1. Product specifications have no effect on Xiaomi smartphone purchasing decisions as evidenced by the tcount value which is smaller than the ttable value (1.706 < 1.99167) and the effect is only 5.96%. 2. Price has no effect on Xiaomi smartphone purchasing decisions as evidenced by the -tcount value being greater than the -ttable value (-0.974 > -1.99167) and the effect is only -1.78%. 3. Testimonials from other people influence the decision to purchase a Xiaomi smartphone as evidenced by the tcount value which is greater than the ttable value (-0.974 > -1.99167) and the effect is 17.66%. 4. Product specifications, prices and testimonials of other people have a simultaneous influence on Xiaomi smartphone purchasing decisions as evidenced by the value: Fcount is greater than Ftable (7.080 > 2.72) and the effect is 21.8%.

**Keywords: Product Specifications, Price, Testimonials From Other People, Purchasing Decisions.**