

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, menerapkan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif.

Menurut Sofyan Assauri (2013) manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Philip (2017) juga menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya dibidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen.

Hubungannya dengan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, pemahaman mengenai perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti apa (what) yang dibeli, dimana membeli (where), bagaimana kebiasaan (how often)

membeli dan dalam keadaan apa (under what condition) barang barang dan jasa-jasa dibeli. Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran perlu di dukung pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen, karena dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat merancang apa saja yang di inginkan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan ini perusahaan elektronik dituntut untuk lebih memahami konsumennya. Produsen barang sebenarnya dapat memilih bagaimana cara untuk membawa produknya ke tangan konsumen. Banyak pilihan yang ada ditangan produsen. Misalnya produk langsung dihandarkan sendiri oleh produsen, melalui perantara/distributor, ataupun melalui multi saluran. Distribusi multi saluran merupakan bauran antara berbagai saluran distribusi konvensional dengan saluran distribusi modern.

Marketing, Contoh distribusi langsung oleh perusahaan misalnya Televisi merek Polytron. akan ada banyak pertimbangan yang harus dipikirkan dan diperhitungkan oleh pihak produsen. Dalam menciptakan produk yang bisa memberikan nilai tambah bagi konsumen maupun pelanggan, maka tentunya produk tersebut harus memiliki kegunaan, karena konsumen secara rasional akan melihat kegunaan produk tersebut bagi dirinya. Selanjutnya konsumen juga akan melihat atribut yang terdapat pada produk tersebut. Jika suatu produk memiliki atribut serta keunikan yang berbeda dengan produk lain maka ini akan memberikan nilai tambah bagi Konsumen.

Dunia usaha saat ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang khususnya pada industri smartphone. Berbagai macam smartphone yang beredar di pasar, membuat para konsumen lebih teliti dalam memilih smartphone

yang disukainya. Sekarang ini alat komunikasi sangatlah penting apalagi di zaman modern saat ini. Seiring dengan kemajuan pesat dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang telekomunikasi juga mengalami kemajuan yang cukup pesat. Sejak ditemukannya alat komunikasi, gerak hidup manusia menjadi berubah lebih mudah dan terasa dekat. Banyak kalangan saat ini yang semakin menggemari produk-produk smartphone dalam berbagai fitur dan merek. Salah satunya yaitu kalangan mahasiswa. Mahasiswa sering mengikuti perkembangan smartphone dikarenakan berbagai macam faktor, antar lain adalah sebagai kebutuhan karena mempermudah dalam mencari referensi materi kuliah, atau sebagai hiburan ketika waktu senggang karena smartphone yang memiliki teknologi yang tinggi mampu memuat permainan yang menarik, bahkan sebagai gengsi karena jika memiliki smartphone berteknologi tinggi dan mahal akan meningkatkan kepercayaan diri. Di zaman yang semakin modern ini mulai muncul smartphone pintar atau mungkin yang kita kenal dengan smartphone. Android adalah salah satu sistem operasi yang terdapat pada smartphone. Android merupakan sebuah operasi yang berbasis Linux yang dipergunakan sebagai pengelola sumber daya perangkat keras, baik untuk ponsel, smartphone, maupun PC. Android dapat memudahkan penggunanya untuk mengakses internet dengan lebih mudah terutama sosial media. Hal ini yang menjadi kelebihan dari Android dibandingkan dengan smartphone lainnya. Salah satu jenis Android yaitu smartphone XIAOMI, jenis merek smarthphone asal Cina, XIAOMI memang baru hadir di Indonesia. Namun produknya cukup diterima di pasar dan banyak digemari kalangan muda saat ini. XIAOMI merupakan smartphone Android kelas premium yang hadir dengan spesifikasi yang menarik.

Banyak fitur yang ditawarkan oleh smartphone XIAOMI, tidak hanya sekedar untuk bertukar informasi melalui SMS atau telepon tetapi kita bisa menggunakan banyak aplikasi lainnya seperti Line, Whatsapp, Kakao Talk, Skype dan masih banyak lainnya. Terlebih aplikasi Blackberry Massanger yang sebelumnya hanya terdapat di Blackberry, sekarang dapat dipergunakan oleh pengguna Android.

Seiring dengan perkembangan zaman, maka dunia usaha dan industri juga mengalami perkembangan yang semakin pesat, terbukti dengan banyaknya para pengusaha baik mikro maupun makro dengan beragam usaha dan pasti akan menghasilkan laba untuk meningkatkan taraf hidup para pengusaha dan karyawan di usaha tersebut. Salah satu kebutuhan bisnis saat ini apalagi bisnis-bisnis online biasanya membutuhkan Smartphone untuk memperlancar jalan bisnis mereka. Dalam hal ini, Smartphone lebih banyak diminati oleh para pebisnis. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian di diva cell dari semakin banyaknya pengguna Smartphone tersebut. Semua orang butuh alat komunikasi, namun tentu saja yang dapat mempermudah akses dan jaringan. Selalu ada saja trend terbaru dari Smartphone yang dapat menarik minat konsumennya untuk mengikuti perkembangannya yang semakin lengkap dengan fiturnya yang canggih. Tidak heran kalau Smartphone tetap menjadi jenis smartphone yang paling diminati sampai saat sekarang ini. Tujuan dari suatu bisnis ini antara lain adalah untuk memperoleh tingkat laba tertentu atau memaksimalkan laba, memberikan tingkat pelayanan yang baik, serta berupaya untuk menjamin eksistensi dari suatu produknya, bahkan untuk mengekspansi bisnis ini, disebut untuk mencapai tujuan

ini maka perlu ketersediaan faktor-faktor penunjangnya seperti spesifikasi Produk, Harga dan testimoni orang lain yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian.

Persepsi konsumen terhadap spesifikasi produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak.

Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker dalam Sodik (2018) bahwa kesan spesifikasi memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap onsumen terhadap bauran Polytron diantaranya dapat dilakukan melalui periklanan, pemberian hadiah, potongan harga, dan personal selling.

Adapun data mengenai data penjualan smartphone xiaomi pada diva cell pada tahun 2017-2021:

**Table 1.1**  
**Data penjualan smartphone xiaomi pada Diva cell**  
**2022**

<b>Bulan</b>	<b>Total Penjualan</b>
Januari	Rp.162.500.000
Februari	Rp.175.000.000
Maret	Rp.179.000.000
April	Rp.172.000.000
Mei	Rp.192.000.000
Juni	Rp.189.000.000
Juli	Rp.178.000.000
Agustus	Rp.147.000.000
September	Rp.187.000.000

Oktober	Rp.195.000.000
November	Rp.188.000.000
Desember	Rp.197.500.000

*Sumber: Diva cell 2022*

Menurut Kotler (2016) keputusan pembelian adalah keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

Fenomena yang terjadi di lapangan, konsumen memilih membeli smartphone xiaomi di diva cell dikarenakan diva cell memiliki banyak pilihan produk dan berbagai tipe xiaomi yang diinginkan dengan harga yang sangat terjangkau oleh masyarakat. konsumen yang membeli smartphone xiaomi dikarenakan kebutuhannya sehari-hari untuk memudahkan komunikasi dan bekerja.

Hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses atau keputusan pembelian telah banyak dilakukan. Melalui riset ini akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian Android Merek Xiaomi. Ketertarikan pemilihan merek tersebut karena produk tersebut semakin diminati. Spesifikasi Produk merupakan karakteristik total dari produk, baik berupa barang atau jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang Anda miliki., Produk Android Merek Xiaomi adalah salah produk smartphone yang diproduksi dalam bentuk android yang dulunya di rancang khusus untuk para bangsawan, tetapi sekarang diminati oleh semua kalangan.

Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Performance adalah dimensi yang paling basic dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini kurang terpenuhi. Reliability sepintas terlihat mirip tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. Reliability lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya. Feature atau fitur dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Karena perkembangan fitur ini hampir tidak ada batasnya sejalan dengan perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para produsen untuk berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan. Oleh karena spesifikasi produk adalah karakteristik total dari produk, baik berupa barang atau jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang Anda miliki.

Persepsi konsumen terhadap spesifikasi produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker dalam Sodik (2018) bahwa kesan spesifikasi memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran Polytron diantaranya dapat dilakukan melalui periklanan, pemberian hadiah, potongan harga, dan personal selling.

Spesifikasi produk adalah karakteristik total dari produk, baik berupa barang atau jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang Anda miliki. Karakter ini ditulis dengan lengkap atau disampaikan dengan jelas, sehingga bisa dimanfaatkan oleh pelanggan.

Spesifikasi produk menjelaskan tentang hal-hal yang harus dilaksanakan oleh sebuah produk. spesifikasi terdiri dari metrik dan nilai metrik. metrik dan nilai Bersama-sama membentuk spesifikasi. Spesifikasi produk adalah kumpulan dari spesifikasi-spesifikasi individual, suatu faktor penting mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk (ernawati,2019).

Smartphone xiaomi di dukung dengan sistem operasi MIUI yang mana firmware ini diproduksi oleh xiaomi sendiri, bahkan MIUI lebih dulu dikenal sebelum xiaomi terkenal dengan berbagai produknya, terdapat fitur GAME TURBO pada setiap smartphone xiaomi yang mana fitur ini sangat berguna untuk menambah performa dalam bermain game, dan masih banyak fitur lainnya.

Fenomena pada spesifikasi produk yang terjadi pada produk xiaomi adalah dimana pelanggan dapat memilih tipe produk smartphone yang diinginkan karena terdapat berbagai tipe smartphone xiaomi, fitur-fitur yang menarik, dan juga desain smartphone xiaomi yang unik-unik, jadi pelanggan dapat memilih dengan leluasa karena banyaknya pilihan.

Sifat konsumen yang lebih berhati-hati dalam memilih dan membeli suatu produk tersebut menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan suatu perusahaan belum tentu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh sebab itu sebelum perusahaan mengeluarkan produk harus mempunyai pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk.

Menurut sunyoto (2019) tujuan pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang

berkepentingan dengan perusahaan. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli.

Menurut Kotler dan Armstrong,(2012) harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan karena semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat.

Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Konsumen mempunyai anggapan bahwa adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan baru-lah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Tjiptono (2018) mengatakan bahwa "harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk". Konsumen biasanya membandingkan harga produk yang satu dengan produk lainnya. Oleh karena itu, produsen harus bisa bersaing dengan produsen lain dalam penetapan harga produk yang ditawarkan. Dan produsen harus tahu bagaimana harga yang ditawarkan dipersepsikan oleh konsumennya, apakah dianggap murah atau mahal, terjangkau oleh daya beli konsumen, sesuai tidaknya dengan kualitas barang yang

Menurut Lamb et.al.,(2011), jika suatu Harga ditetapkan terlalu tinggi, maka nilai persepsi konsumen akan lebih kecil dibandingkan dengan biayanya dan

peluang penjualan akan hilang. Sebaliknya, jika suatu Harga ditetapkan terlalu rendah, produk mungkin dipersepsikan sebagai nilai yang besar bagi konsumen, tetapi perusahaan akan kehilangan pendapatan yang seharusnya dapat diperolehnya. Namun tidak demikian yang terjadi pada Counter diva cell Kota Sungai Penuh. Berdasarkan hasil survei awal dapat diketahui bahwa Kualitas Produk, Harga murah dan promosi merupakan kunci kemampuan Counter diva cell Kota Sungai Penuh untuk menarik perhatian konsumen melakukan pembelian.

Fenomena pada harga adalah bagi masyarakat menengah kebawah, harga adalah salah satu aspek yang mungkin dilihat ketika ingin melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Jika harga yang di tawarkan oleh produsen terbilang mahal, maka ini mungkin akan menyebabkan rendahnya keputusan pembelian. Berdasarkan fenomena di lapangan diketahui bahwa harga smartphone merek xiaomi tidak terlalu mahal masih bisa di jangkau oleh masyarakat luas, sehingga keputusan pembelian xiaomi tinggi untuk pembelian produk tersebut.

Penelitian dilakukan oleh Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, hasil penelitian tersebut menemukan bahwa dari uji t dapat dijelaskan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Langsa dimana masing-masing variabel bebas (citra merek, harga, dan kualitas produk) memiliki nilai  $t \text{ sig} < 0,05$ . Dari uji F dapat dijelaskan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kota

Langsa dimana nilai F sig. sebesar  $0,042 < 0,05$ . Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Langsa sebesar 30,4%, sedangkan sisanya 69,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Selain spesifikasi produk dan harga, testimoni orang lain juga berperan penting bagi perusahaan dalam memperkenalkan produknya. Testimoni adalah catatan ungkapan pelanggan atau konsumen mengenai produk/jasa serta pelayanan yang dilakukan oleh toko online yang disediakan di halaman web atau media sosial. Testimoni dianggap cukup penting untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut A.Hamdani,(2012) testimoni orang lain merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Indriyo Gitosudarmo, testimoni adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Fenomena yang terjadi di lapangan bahwa konsumen Smartphone Xiaomi Membeli karena Kemantapan pada sebuah produk. Perasaan yang timbul dalam diri

konsumen yang timbul dari manfaat atau nilai yang di peroleh dari suatu produk berdasarkan pengalaman sebelumnya. konsumen memilih smartphone Xiaomi karena fitur yang di tawarkan sangat lengkap dan spesifikasi yang lebih unggul dari kompetitor lain,Fitur merupakan jumlah panggilan dan tanda sebagai karakteristik utama tambahan. konsumen lebih senang membeli produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik,Persaingan harga jual beberapa macam barang sering di pengaruhi oleh persaingan yang ada di pasar.konsumen membeli produk Xiaomi karena Spontanitas dimana sebuah testimoni dibuat berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh pembuat,bukan berdasarkan skrip yang sudah direkayasa sebelumnya.

Penelitian pernah dilakukan oleh Elisa dan Yusnizal Firdaus dengan judul Pengaruh testimoni orang lain Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy (Studi kasus warga RT. 48/10 8 Ilir, Ilir Timur II, Palembang)

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel testimoni orang lain memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sabun lifebuoy di warga RT. 48/10 Palembang.

Hasil pengujian regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel testimoni orang lain berpengaruh positif yaitu sebesar 0,76. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH SPESIFIKASI PRODUK, HARGA DAN TESTIMONI ORANG LAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (pada diva cell)"**

Tabel 1.2

## Nama toko jual Smartphone

NO	Nama toko	Merk smartphone yang di jual
1	Xiaomi shop	Xiaomi
2	Citra buana cell	Xiaomi,oppo,vivo,Samsung,iphone
3	Ade cell	Oppo,realme,iphone,infinix,Samsung
4	Diva cell	Oppo,realme,iphone,infinix,Samsung
5	Luna cell	Oppo,realme,infinix,Samsung
6	BBC phone	Oppo,realme,infinix,Samsung
7	Bj cell	Oppo,realme,infinix,Samsung
8	Bima phone	Oppo,realme,Samsung
9	By store	Oppo,realme,Samsung
10	Dr.hanphone	Oppo,realme,Samsung

Saya memilih Smartphone Xiaomi karena harganya yang murah dengan spesifikasi kelas atas, bahkan flagship Xiaomi bisa di jual setara dengan Smartphone mid-range brand lain, itulah alasan kenapa smartphone Xiaomi disukai banyak orang di bandingkan kompetitor lain,terutama bagi mereka yang lebih mementingkan spesifikasi ketimbang gaya, tak main-main walaupun harganya yang terbilang murah smartphone Xiaomi dibekali dengan chipset kelas atas yang sama dengan yang di gunakan smartphone brand lain yang harganya jauh di atas smartphone Xiaomi dan masih banyak lagi keunggulan fitur dan spesifikasi dari smartphone Xiaomi.

Spesifikasi produk adalah karakteristik total dari produk ,baik berupa barang atau jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang anda miliki. konsumen memilih smartphone Xiaomi karena fitur yang di tawarkan sangat lengkap dan spesifikasi yang lebih unggul dari kompetitor lain,Fitur merupakan jumlah panggilan dan tanda sebagai karakteristik utama tambahan.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. konsumen lebih senang membeli produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik,Persaingan harga jual beberapa macam barang sering di pengaruhi oleh persaingan yang ada di pasar.

Testimoni orang lain adalah suatu pernyataan yang memberi kesaksian tentang kualifikasi seseorang, karakter dan lain sebagainya. konsumen membeli produk Xiaomi karena Spontanitas dimana sebuah testimoni dibuat berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh pembuat, bukan berdasarkan skrip yang sudah direkayasa sebelumnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat Pengaruh antara spesifikasi Produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi secara parsial pada pembelian smartphone merek xiaomi pada Diva cell?
2. Apakah terdapat Pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi secara parsial pada pembelian smartphone merek xiaomi pada Diva cell?

3. Apakah terdapat Pengaruh antara testimoni orang lain terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi secara parsial pada pembelian smartphone merek xiaomi pada Diva Cell?
4. Berapa besarkah pengaruh spesifikasi produk, harga, dan testimoni orang lain secara simultan pada pembelian smartphone merek xiaomi pada Diva Cell?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui pengaruh spesifikasi produk terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada Diva secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada Diva Cell secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. untuk mengetahui pengaruh testimoni orang lain terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada Diva Cell secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
4. untuk mengetahui pengaruh spesifikasi produk terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi pada Diva Cell secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Smartphone, informasi ini dapat menjadi masukan dalam menjaga kualitas produk, menetapkan harga dan menciptakan Promosi,
2. Bagi konsumen Smartphone, informasi ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk Smartphone.

