

**EFEK KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN**

Putri Nazla Ulfa^{1)*}, & Agus Rahmadsyah²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

²⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

E-mail : putrinzla@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel simple random sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert dan dianalisis secara statistik menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi setelah data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS 25 for Windows. Secara parsial, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai F hitung yang lebih besar dari Ftabel, yaitu $39,563 > 3,09$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,449, yang berarti bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 44,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study employs a quantitative method with a simple random sampling technique, selecting a sample of 100 students from the Faculty of Economics at Universitas Negeri Medan. Data collection was carried out by distributing questionnaires measured using a Likert scale and statistically processed using multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was conducted using the F-test, t-test, and coefficient of determination after the data had been tested for validity, reliability, and classical assumption tests. Data processing was performed using SPSS 25 for Windows. Partially, product quality and service quality have a positive and significant influence on the decision to purchase Samsung smartphones among students of the Faculty of Economics at Universitas Negeri Medan. The simultaneous results of the study indicate that the variables of product quality and service quality affect the purchase decision. This is evidenced by the F calculated value being greater than the F table value ($39.563 > 3.09$) and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test shows a value of 0.449, which means that product quality and service quality influence the purchase decision by 44.9%, while the remaining percentage is influenced by other variables.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Meningkatnya penggunaan smartphone mendorong pertumbuhan industri smartphone global. Perusahaan harus terus meningkatkan daya saing dan memahami kebutuhan pasar agar tetap kompetitif. Salah satu merek populer di Indonesia adalah Samsung, yang didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938 dan kini telah menjadi korporasi multinasional.

Menurut Counterpoint (2020), pada kuartal ketiga 2020, Samsung memimpin pasar smartphone global dengan pangsa 22%, diikuti oleh Huawei (14%), Xiaomi (13%), Apple (11%), dan Oppo serta Vivo (8% masing-masing). Realme berada di urutan ketujuh dengan 4%.

IDC melaporkan bahwa Samsung kesulitan bersaing di kategori mid-range yang dikuasai Oppo. Untuk memperkuat posisinya, Samsung meluncurkan smartphone ultra low-end dengan harga di bawah 2 juta rupiah, menawarkan desain dan fitur unggul. Prihastomo Wahyu Widodo (2021) di Kontan menyatakan bahwa Samsung menguasai pasar Indonesia dengan produk berkualitas, khususnya seri Galaxy A. Namun, Berita7 mencatat kelemahan Samsung A52s 5G seperti pengisian daya yang lama dan ketiadaan fitur *wireless charging*, serta bodi plastik polikarbonat.

Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Menurut Tjiptono (2008), keputusan pembelian adalah proses mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan membuat keputusan. Kualitas produk dan pelayanan adalah pertimbangan penting. Boediono et al. (2018)

menyatakan kualitas produk sebagai kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen, yang dapat ditingkatkan melalui standarisasi.

Beberapa toko distributor resmi Samsung di Medan, seperti Samsung Experience Store, Sellular One, Intikom, dan Erafone, bersaing ketat untuk merebut pangsa pasar. Selain kualitas produk, kualitas layanan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Boediono et al. (2018) mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan. Namun, ada keluhan tentang pelayanan, seperti di Erafone yang lamban menangani komplain, dan Service Center Samsung di Depok Town Square yang tidak bertanggung jawab atas kerusakan smartphone.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.”

KAJIAN PUSTAKA **Keputusan Pembelian**

Menurut Somantri et al., (2020), keputusan pembelian adalah pemilihan yang melibatkan tindakan memilih dari dua atau lebih alternatif. Bagi konsumen, proses pengambilan keputusan sangat penting karena melibatkan berbagai langkah berurutan sebelum membuat keputusan akhir.

Husfah & Hadi (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah memilih dari beberapa alternatif yang tersedia. Pengambilan keputusan melibatkan

evaluasi pilihan sebelum membuat keputusan akhir.

Menurut Njoto & Sienatra (2018), terdapat indikator untuk mengukur keputusan pembelian, yaitu:

- a. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk
- b. Keinginan untuk mencoba
- c. Keyakinan pada suatu produk
- d. Keputusan untuk membeli kembali

Kualitas Produk

Menurut Amrullah et al. (2016), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, serta atribut lain yang dihargai. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang memberikan manfaat bagi pelanggan. Dimensi kualitas produk menurut Amrullah et al. (2016) meliputi:

1. Kinerja: Karakteristik operasi dasar dari produk.
2. Daya tahan: Umur produk sebelum perlu diganti.
3. Fitur: Karakteristik yang meningkatkan fungsi atau ketertarikan.
4. Keandalan: Probabilitas produk berfungsi memuaskan dalam periode tertentu.
5. Estetika: Penampilan produk, termasuk bentuk, model, dan desain artistik.
6. Kesan kualitas: Persepsi kualitas berdasarkan informasi yang terbatas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Adhitya Wulanata Christianto (2017), pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan. Boediono et al. (2018) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penyelenggaraan pelayanan maksimal oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Putro (2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang terdiri dari lima dimensi:

- a. Bukti langsung: Penampilan fasilitas fisik dan karyawan.
- b. Keandalan : Kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji.
- c. Ketanggapan: Ketersediaan karyawan membantu dan memberikan pelayanan cepat.
- d. Jaminan: Pengetahuan dan keramahan karyawan, serta kemampuan memberikan rasa aman.
- e. Empati: Perhatian individual terhadap konsumen dan usaha memahami kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan tempat diadakannya suatu penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan di Jl. William Iskandar Ps.V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan jumlah mahasiswa 3.037

orang yang terdiri dari beberapa jurusan yaitu Manajemen, Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Bisnis, Pendidikan Administrasi Perkantoran, Ilmu Ekonomi, Bisnis Digital, Kewirausahaan dan Pendidikan Akuntansi.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015), statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan umum. Kuncoro (2013) mengklasifikasikan metode ini menjadi ukuran tendensi sentral (mean, median, modus) dan ukuran variabilitas (range, deviasi standar).

2. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas : Menurut Kuncoro (2013), validitas pertanyaan dalam kuesioner dilihat dari angka corrected Item Total Correlation. Jika r hitung $>$ r tabel dan positif, maka variabel tersebut valid.

Uji Reliabilitas : Pada SPSS, metode alpha cronbach digunakan. Kuesioner dianggap reliabel jika cronbach's alpha $>$ 0,600 (Kuncoro, 2013).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas :Menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan signifikansi 0,05.

Uji Heteroskedastisitas: Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikan $>$ 0,05, maka regresi tidak mengarah pada heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas : Dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Jika tolerance $>$ 0,10 dan VIF $<$ 10, maka tidak terdapat multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Rumus umum regresi linear berganda: $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_nX_n + e$.

5. Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Simultan (Uji F): Menurut Ghozali (2018), Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $Sig. F \geq \alpha$.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t): Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $sig. t \geq \alpha$ (0,05).

Uji Koefisien Determinasi : Menurut Ghozali (2018), uji ini mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel

dependen. Nilai R^2 antara 0 dan 1, semakin mendekati 1, semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif menggambarkan data yang telah terkumpul untuk memudahkan pemahaman. Data mentah diolah dengan program Excel dan ditampilkan dalam distribusi frekuensi dari tiga variabel: kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian, termasuk mean, median, simpangan baku, range, nilai minimum, dan maksimum.

2. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas: Menggunakan rumus Alpha Cronbach dan teknik korelasi product moment dengan 30 responden. Kuesioner dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 95% dengan $\alpha = 5\%$. Semua item pada variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas : Kuesioner dianggap reliabel jika Alpha Cronbach $> 0,6$. Hasil menunjukkan bahwa semua item pada variabel Kualitas Produk (0,845), Kualitas Pelayanan (0,867),

dan Keputusan Pembelian (0,834) reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas:

Menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan signifikan 0,05. Data dinyatakan normal jika signifikan lebih besar dari 0,05. Hasil menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas: Menggunakan nilai Tolerance ($> 0,1$) dan VIF (< 10). Hasil menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas : Menggunakan Scatterplot. Tidak terdapat pola khusus pada penyebaran titik-titik, menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

4. Regresi Linier Berganda

Analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Persamaan regresi linier berganda: $Y = 13,273 + 0,074X_1 + 0,385X_2 + e$.

Konstanta 13,273 menunjukkan nilai keputusan pembelian saat variabel independen bernilai nol.

Koefisien regresi kualitas produk 0,074 menunjukkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,074 untuk setiap peningkatan satu satuan kualitas produk.

Koefisien regresi kualitas pelayanan 0,385 menunjukkan peningkatan

keputusan pembelian sebesar 0,385 untuk setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan.

5. Uji Hipotesis

Uji t (Parsial) : Kualitas Produk: t-hitung 2,172 > t-tabel 1,660 dengan signifikansi 0,032 < 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Pelayanan: t-hitung 8,167 > t-tabel 1,660 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F (Simultan) : F-hitung 39,563 > F-tabel 3,09 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) : Adjusted R^2 sebesar 0,449 menunjukkan bahwa variabel independen menjelaskan 44,9% variasi variabel dependen, sedangkan 55,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F (Fhitung = 39,563 > Ftabel = 3,09; signifikansi = 0,000 < 0,05) dan uji t (thitung = 2,172 > ttabel = 1,660; signifikansi = 0,032 < 0,05) menunjukkan pengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini mendukung teori Kotler dan Amstrong (2008) yang menyatakan bahwa kualitas produk mencakup durabilitas, reliabilitas, ketepatan, dan kemudahan pengoperasian.

Konsumen mempertimbangkan kualitas produk sebelum membeli. Penelitian Amrullah et al. (2016) dan Boediono et al. (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F (Fhitung = 39,563 > Ftabel = 3,09; signifikansi = 0,000 < 0,05) dan uji t (thitung = 8,167 > ttabel = 1,660; signifikansi = 0,000 < 0,05) menunjukkan pengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini mendukung teori Boediono et al. (2018) yang mendefinisikan kualitas layanan sebagai penyelenggaraan pelayanan maksimal untuk memenuhi harapan pelanggan. Penelitian Amrullah et al. (2016) dan Sendy & Parjono (2017) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hasil uji F ($F_{hitung} = 39,563 > F_{tabel} = 3,09$; signifikansi = $0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai $R^2 = 0,449$ menunjukkan bahwa 44,9% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan, sementara 55,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Penelitian ini mendukung teori Kotler dan Keller (2012) serta penelitian Boediono et al. (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, diperoleh beberapa kesimpulan. Koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,074, sedangkan peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,385. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti

ditunjukkan oleh hasil uji parsial (uji t) di mana nilai thitung lebih besar dari ttabel. Demikian pula, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang juga dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari ttabel. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji F di mana nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dijelaskan sebesar 44,9% oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, sementara 55,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Wulanata Chrismastianto, I. (2017) Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 133–144.
<https://core.ac.uk/download/pdf/190864220.pdf>
- Amilia, S. (2017) Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

- Mulawarman, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*. 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 1–10.
- Gain, R., Christian, H., & Krismi, B. S. (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 9.
- Ghozali, P. H. I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husfah, F. M., & Hadi, M. (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake And Bakery Kepanjen Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 550–555.
- Izzati, M. C. (2013) Pembelian Konsumen Di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1–16.
- Kuncoro, P. M. (2013) *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (W. Hardani (ed.); 4th ed.). Erlangga.
- Kusuma, T. M., & Suniantara, I. K. P. (2022) Pengaruh Pendapatan , Social Influence , dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 20(1).
- Kuswoyo, C., & Tjahyadi, R. A. (2017) Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan: Pengujian Model Kualitas Layanan Dari Perspektif Eropa. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 71–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.413>
- Manullang, D. I. M. (2017) *Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU)*. 159–182.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5), 612–618.
- Prasastono, N., Rahmawati, E., Yulianto, S., Pradapa, F., & Masalah, L. B. (2017) Effect of Price , Quality Products and Brand Image Purchase Decisions Getuk Pisang " Sari Madu " Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Papers Unisbank*, 324–337.
- Putro, S. W. (2014) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>

- Revita Ela, M. L. D., Frimayasa, A., & Kurniawan, A. (2018) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Managerial - Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 10–10. <http://journal.stie-kusumanegara.ac.id/index.php/managerial/article/view/23>
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020) Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 3(1), 1–10.
- statista. (2021) *Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2015-2025*. <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R& D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Weenas, J. R. . (2013) *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. 1(4), 607–618.