

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK SMARTPHONE MI-REDMI SERIES DI JOMBANG

M. Agung Sutan Fanani

e-mail: sfannani01@gmail.com
Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Abstrak

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series di Jombang Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek yang diteliti ada 12 orang Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas produk, harga jual, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Mi-Redmi Series untuk memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan keaslian dan kredibilitas data.

Berdasarkan hasil analisis data yang dikumpulkan dan yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk Mi-Redmi Series, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor yakni : kualitas produk, harga jual, dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Mi-Redmi Series. Dari hasil pengujian observasi dan wawancara, maka diperoleh hasil bahwa yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Mi-Redmi Series adalah harga jual.

Kata Kunci : Kualitas produk, harga jual, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series.

Abstract

This study aims to determine the factors that influence consumer decisions in choosing a Mi-Redmi Series smartphone product. This research uses a descriptive qualitative approach. Subjects studied were 12 STKIP PGRI Jombang students. The purpose of this study was to determine the effect of product quality factors, selling prices, and promotions on consumer decisions in choosing Mi-Redmi Series products to obtain the required data, researchers used data collection techniques through observation, interviews and documentation of the analytical methods used. in this study using source triangulation and triangulation techniques to ensure the authenticity and credibility of the data.

Based on the results of the analysis of data collected and conducted on the factors that influence consumer decisions in choosing Mi-Redmi Series products, it can be concluded that the three factors namely: product quality, selling price, and promotion have a significant influence on consumer decisions in choose Mi-Redmi Series products. From the results of observation and interview testing, the results show that the most dominant influence on consumer decisions in choosing Mi-Redmi Series products is the selling price.

Keywords: Product quality, selling price, and promotion of consumer decisions in choosing Mi-Redmi Series smartphone.

Pendahuluan

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Di samping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar sehingga berdampak pada persaingan ketat antar perusahaan baik produk sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha. Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat

memantau perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk.

Amrullah dalam Nugraha (2011:2) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Swastha dan Handoko dalam Sunarto (2018 : 36) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi termasuk kegiatan pengambilan keputusan.

Menurut Engle dalam Fadilla (2013:2) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Dari ketiga pendapat tokoh sebelumnya penulis berkesimpulan konsumen memiliki peran utama dalam pemanfaatan produk atau jasa, dalam penggunaan dan pengambilan keputusan dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen barang atau jasa.

Konsumen seringkali mengeluh terhadap kualitas smartphone yang telah dibeli dari segi kualitas seperti daya tahan baterai smartphone yang boros, mudah pecah kamera yang kurang jernih RAM yang kurang tinggi sehingga handphone sering macet dan tidak bias menginstal aplikasi yang diinginkan, jika ingin mendapatkan smartphone yang sesuai keinginan konsumen harus membeli handphone yang lebih mahal agar kebutuhannya dapat terpenuhi oleh smartphone yang dibutuhkan. Dari segi promosi konsumen juga harus mengenal produk dan spesifikasi handphone yang akan dibelinya agar tidak salah dalam memilih produk, seperti brosur atau informasi dari konsumen yang menggunakan produknya, agar calon konsumen tidak salah dalam membeli produk sesuai kebutuhan.

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen mempunyai peran yang berbeda untuk produk yang berbeda pula. dalam mengamati faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yakni handphone, yakni Smartphone Mi-Redmi Series

Konsumen memilih produk karena adanya keinginan dan kebutuhan banyak perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing konsumen.

Menurut Sudaryono dalam Setiono (2019:4) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Heryubani (2018:4) mengatakan bahwa kualitas produk adalah sarana utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk dan jasa.

Produk Smartphone dilihat dari segi kekuatan baterai saat dipakai, kualitas kamera, kualitas tahan banting, dan kebutuhan konsumen dalam membeli produk. Dan harga juga mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli, karena harga yang murah dan memiliki kualitas produk yang baik akan mempunyai peluang besar untuk dipilih konsumen itu sendiri.

Pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak merek yang mengarah mereka kepada gaya hidup seseorang. Contohnya, handphone berbagai merek berlomba-lomba menjadikan produknya sesuai dengan berbagai gaya hidup remaja yang modern dan dinamis seperti munculnya Smartphone dengan fitur multimedia yang ditujukan untuk kalangan muda yang kegiatan tidak dapat lepas dari berbagai hal multimedia seperti aplikasi pemutar suara, video, kamera dan sebagainya, dapat disimpulkan bahwa konsumen menentukan keputusan jika barang berkualitas baik dan harganya terjangkau, yang lebih utama adalah segi kebutuhan konsumen.

Saat ini *image* Smartphone tidak lagi menjadi barang yang mewah dan menjadi suatu kebutuhan untuk melengkapi gaya hidup. Sudah banyak smartphone berbagai tipe, merek dan kecanggihannya yang laris di pasaran, dikarenakan pasar smartphone di Indonesia yang semakin ramai ditandai dengan makin murahannya harga ponsel, meningkatnya fasilitas dan layanan, serta kualitas dan harga handphone, serta naiknya kebutuhan masyarakat berbagai kalangan akan informasi secara umum, yang memiliki smartphone kini tidak hanya orang dewasa, tapi berbagai kalangan anak-anak, remaja, mahasiswa, kini sudah banyak yang memiliki smartphone bukan hanya satu bahkan dua smartphone.

Kebutuhan manusia di bidang iptek sangat dibutuhkan adanya smartphone yang memiliki fitur yang lengkap. Smartphone berisikan fasilitas-fasilitas layanan dan fitur-fitur menarik yang ditawarkan sebuah perusahaan Smartphone. Keunggulan smartphone berupa

kualitas kamera, besarnya kapasitas ram, kinerja prosesor smartphone yang lancar, gambar yang jernih, baterai yang tahan lama, perusahaan smartphone sendiri melihat kebutuhan konsumen yang semakin zaman terus meningkat dan membantu kinerja manusia, semakin canggihnya produk dan harga yang terjangkau produk akan dipilih oleh konsumen, dengan mengikuti jaman yang serba digital misalnya transaksi jual beli dapat berjalan dengan efektif dan efisien, sehingga menimbulkan keputusan pembeli dalam memilih produk.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk MI-Redmi Series, yakni : kualitas produk : design produk, daya tahan, daya baterai, kekuatan RAM, audio, dan kualitas kamera, harga jual murah dan dapat dijangkau, dan promosi dari brosur sebagai gambaran bentuk dan informasi smartphone. Ketiga faktor tersebut berpengaruh dalam memilih Smartphone MI-Redmi Series. Dimana kualitas produk memiliki banyak sekali kegunaan, harga jual murah, promosi yang gencar serta saluran pemasarannya cukup mudah. Sehingga ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih smartphone MI-Redmi Series. Fenomena tersebut di atas tentu saja menguntungkan perusahaan Xiaomi, karena hal itu memberi keunggulan dan dapat mempengaruhi faktor keputusan konsumen dalam memilih produk. Mahasiswa STKIP PGRI Jombang adalah bagian dari segmentasi pemasaran Smartphone MI-Redmi Series, merupakan konsumen yang sangat potensial menggunakan Smartphone MI-Redmi Series. Melihat trending yang muncul di kalangan mahasiswa seperti spesifikasi, daya tahan, harga jual, dan tingkat promosi smartphone. Smartphone MI-Redmi Series mempunyai spesifikasi tinggi dan harga yang terjangkau. Namun ketika pra penelitian dilakukan, peneliti melihat kecenderungan pada mahasiswa STKIP PGRI Jombang, kenapa dipilihnya atau digunakannya adalah Smartphone MI-Redmi Series sebagai Smartphonenya. Penelitian ini mengacu dari penggunaan smartphone yang digunakan mahasiswa STKIP PGRI Jombang. penelitian ini adalah terletak pada faktor-faktor yang diteliti yakni : kualitas produk, harga jual, dan promosi.

Berdasarkan beberapa alasan serta pertimbangan-pertimbangan di atas yang dapat mendukung penelitian yang dilakukan, maka penulis ingin mengajukan penelitian, dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Produk Smartphone Mi-Redmi Series di Jombang (Studi Kasus Mahasiswa STKIP PGRI Jombang)“.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor faktor keputusan konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series di Jombang?
2. Bagaimana pengaruh faktor faktor keputusan pembelian yaitu ¹kualitas produk terdiri dari design produk, daya tahan, daya baterai, daya RAM, audio dan kamera, ²harga jual harga jual murah dan dapat dijangkau, dan ³promosi produk lewat brosur dan pengenalan lingkungan terhadap keputusan konsumen smartphone Mi-Redmi Series di Jombang?
3. Bagaimana pengaruh faktor faktor keputusan pembelian yaitu ¹kualitas produk terdiri dari design produk, daya tahan, daya baterai, daya RAM, audio dan kamera, ²harga jual harga jual murah dan dapat dijangkau, dan ³promosi produk lewat brosur dan pengenalan lingkungan terhadap keputusan pembelian smartphone Mi-Redmi Series di Jombang?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, ¹kualitas produk terdiri dari design produk, daya tahan, daya baterai, daya RAM, audio dan kamera, ²harga jual harga jual murah dan dapat dijangkau, dan ³promosi produk lewat brosur dan pengenalan lingkungan terhadap keputusan konsumen dalam memilih menggunakan produk Smartphone Mi-Redmi Series.

Manfaat Penelitian

Selanjutnya manfaat yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bisnis telekomunikasi dan pengalaman di dalam keputusan memilih produk, serta merupakan bagian dari proses pembelajaran dalam hal menyusun karya ilmiah rangka penyelesaian studi di perguruan tinggi.

2. Manfaat praktis

dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk Smartphone MI-Redmi Series.

Metode

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2014:14) metode kualitatif yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data. Teknik pengumpulan dengan triangulasi metodologi Pemeriksaan konsistensi temuan yang dihasilkan oleh metode pengumpulan data yang berbeda seperti penggabungan metode kualitatif dengan data kuantitatif atau melengkapi data wawancara dengan data observasi yang ditujukan kepada Mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang menggunakan smartphone Mi-Redmi Series sebagai informan. Hasil survei, wawancara dan observasi, dapat dibandingkan untuk melihat apakah hasil temuan sama. Jika kesimpulan dari masing-masing metode sama, maka validitas ditegakkan, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Peneliti sebagai orang yang melakukan observasi mengamati dengan cermat terhadap obyek penelitian. Untuk memperoleh data tentang penelitian ini, maka peneliti terjun langsung kelapangan. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini berperan sebagai instrumen kunci yang berperan sebagai instrumen kunci yang berperan sebagai pengamat non partisipan, di mana peneliti turun kelapangan tidak melibatkan dirinya sendiri secara langsung dalam kehidupan obyek penelitian. Sesuai dengan ciri pendekatan kualitatif salah satu sebagai instrumen kunci, dengan itu peneliti di lapangan sangat mutlak hadir atau terjun langsung dalam melakukan penelitian. Berkenaan dengan hal tersebut, dalam mengumpulkan data peneliti berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan yang menjadi sumber data agar data-data yang diperoleh adalah data valid.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara penyebaran angket, , menggunakan teknik observasi dan wawancara secara mendalam terhadap informan secara mendalam, dan dokumentasi, dan menggunakan catatan lapangan sebagai dokumentasi penelitian, pengumpulan data menggunakan triangulasi metodolgi yaitu dengan cara observasi, wawancara secara mendalam terhadap informan dan dokumentasi untuk memastikan

keabsahan data penelitian, Peneliti akan terjun langsung ke lapangan sendiri, melakukan pengumpulan data, analisis data dan membuat kesimpulan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara berurutan data yang diperoleh dari hasil observasi, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan.

Sebelum dilakukan analisis data, langkah yang penting adalah membubuhkan kode (*coding*) pada data yang diperoleh. Langkah penting pertama sebelum analisis dilakukan adalah menambahkan kode pada materi yang diperoleh (Poerwadi, 2005) koding diinput supaya dapat mengorganisasikan dan mensistemasi gambaran topik yang dipelajari. Dengan demikian giliran peneliti akan menekan makna dari data yang dikumpulkannya.

Oleh karena itu peneliti memberikan kode pada data yang dikumpulkan dengan memberikan kode pada wawancara dan mudah diingat untuk tiap berkasnya sebagai berikut:

Keterangan pengkodean

	00/A-1/Kem-X/12-1/2019			
A	B	C	D	E

A : Urutan wawancara

B : Informan wawancara

C : Topik pembahasan wawancara

D : Tanggal dan Bulan wawancara

E : Tahun wawancara

Kode Informan wawancara

- A-1 : Afandi Eka Setia Bakti (Pendidikan Ekonomi) 2015
- B-1 : M. Abdullah Julyanto (Pendidikan Ekonomi) 2015
- C-1 : Reza Maulana (Pendidikan Matematika) 2015
- D-1 : Hariadi Purnomo (Pendidikan Matematika) 2015
- E-1 : Ovank Galih P.N. (Pendidikan Bahasa Indonesia) 2015
- F-1 : Yanuar Dwi P. (Pendidikan Bahasa Indonesia) 2015
- G-1 : Chumairotun Nisa (Pendidikan Bahasa dan Sastra Inggris) 2015
- H-1 : Doddy Kurniawan (Pendidikan Bahasa dan Sastra Inggris) 2015
- I-1 : Hedrik Kristanto (Pendidikan Jasmani dan Kesehatan) 2015
- J-1 : Dwi Aris Setiawan (Pendidikan Jasmani dan Kesehatan) 2015
- K-1 : Linda Krisdiana (Pendidikan Kewarganegaraan) 2015
- L-1 : Fika Rahmawati (Pendidikan Kewarganegaraan) 2015

Kode topik pembahasan

- Kmp-K.P : Pembahasan Kualitas Produk
- Kmp-H.J : Pembahasan Harga Jual
- Kmp-Pro : Pembahasan Promosi

Informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STKIP PGRI Jombang dari setiap program pendidikan, 2 Mahasiswa Prodi Ekonomi, 2 Mahasiswa Prodi Matematika, 2 Mahasiswa Prodi Bahasa Indonesia, 2 Mahasiswa Prodi Bahasa Inggris, 2 Mahasiswa Prodi penjas dan 2 Mahasiswa dari Prodi PKN, yang memakai handphone Mi-Redmi Series, mahasiswa yang dijadikan informan adalah mahasiswa tahun 2015.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara penyebaran angket, menggunakan teknik observasi dan wawancara secara mendalam terhadap informan secara mendalam, dan dokumentasi, dan menggunakan catatan lapangan sebagai dokumentasi penelitian, pengumpulan data menggunakan triangulasi metodologi yaitu dengan cara observasi, wawancara secara mendalam terhadap informan dan dokumentasi untuk memastikan keabsahan data penelitian, Peneliti akan terjun langsung ke lapangan sendiri, melakukan pengumpulan data, analisis data dan membuat kesimpulan.

Dalam setiap pelaksanaan penelitian, data yang dikumpulkan tidak semuanya valid dan kredible. Untuk itu dalam menguji tingkat kredibilitas dan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan mengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2013:273).

Teknik yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data yang pertama adalah Triangulasi Sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Data yang telah dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan kemudian dimintakan kesepakatan dengan sumber data. Setelah itu tahap kedua mengelompokkan dengan teknik *coding* Triangulasi Teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek kepada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk memastikan kebenaran data, bila data yang dihasilkan berbeda, kemudian peneliti melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data. Seperti yang dilakukan diatas.

Hasil

Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series di Jombang yang meliputi kualitas produk, harga jual, dan tingkat promosi.

Smartphone MI-Redmi series juga merupakan produk yang dipakai beberapa mahasiswa STKIP PGRI Jombang banyak yang melihat dari Design produknya, model dan kualitas smartphone Mi-Redmi Series dari mulai spesifikasi, daya tahan baterai, kegunaan fitur yang tersedia pada smartphone Mi-Redmi Series ini. Ada juga yang melihat dalam sisi harga jual smartphone Mi-Redmi Series yang terjangkau dan mendapat kualitas smartphone yang sama dengan smartphone yang mahal pada umumnya. Penyebaran informasi tentang smartphone Mi-Redmi Series pada mahasiswa STKIP PGRI jombang juga banyak yang membicarakan produk Mi-redmi series sebagai smartphone yang bagus untuk di pilih untuk calon konsumen.

1. Kualitas Produk

Definisi kata produk dalam pengertian ekonomi pengenalan pertama kali oleh ekonomi politisi Adam Smith. Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, pembelian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan, meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat organisasi, dan gagasan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya, tapi pada jasa yang diberikannya.

Kualitas produk adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Keberadaan produk dipakai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Orang dipuaskan dengan produk karena produk merupakan sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Indikator yang digunakan antara lain :

- a. Merek produk yang dijual terjamin keasliannya.
- b. Desain produk, maksudnya barang yang ditawarkan memiliki model yang dapat mengikuti trend.
- c. Produk yang dijual berkualitas bagus.
- d. Kelengkapan barang yang tersedia, maksudnya barang yang tersedia dapat memenuhi keinginan konsumen dari berbagai usia dan ukuran.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kurniasari (2018:39) Kualitas produk adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dari pendapat diatas bahwasanya kualitas produk mempunyai karakteristik memenuhi kebutuhan konsumen dan berikut ini menurut informan yang bernama Mas Afandi sebagai salah satu konsumen yang memilih produk smartphone Mi-Redmi Series yang membeli dikarenakan faktor segi kualitas produk dan sesuai kebutuhannya. Seperti kutipan wawancara berikut ini:

“Ini smartphone Mi-Redmi Series kualitasnya bagus mas, daya tahan batrainya kuat, daya memori RAM juga besar dan mampu melancarkan kinerja smartphone ini saya seringkali bawa smartphone berkali kali tetap kuat mas. Saya membeli karena pas dengan kebutuhan saya.”

01/A-1/Kmp.K.p/11-12/2019

Kualitas produk dapat membuat konsumen memilih produk yang dapat memenuhi dan membantu pengguna dalam memudahkan pekerjaannya, yaitu mempermudah kegiatan konsumen itu sendiri dalam pekerjaan bukan hanya design dari produknya tetapi fitur dari produk smartphone Mi-Redmi seperti spesifikasi dan tingkat kehematan batrai produk smartphone Mi-Redmi itu sendiri, menurut informan lain yang ada dalam kutipan wawancara informan yang bernama Reza Maulana mahasiswa STKIP PGRI Jombang program studi matematika.

“Ya kualitas spesifikasi smartphonanya mas dalam segi memory, batrai juga awet karena saya juga suka main game smartphone ini tergolong smartphone yang kualitas daya tahan batrai yang kuat dan memorinya kuat.”

01/C-1/Kmp-K.P/12-12/2019

Dari data yang diperoleh penulis dari mas Afandi dan Reza Maulana sebagai informan mengatakan bahwa kualitas produk yang dimiliki smartphone Mi-Redmi Series dari daya batrai dan dari segi RAM yang tersedia pada smartphone Mi-Redmi Series ini sudah memenuhi kebutuhan informan diatas. Kualitas produk atau barang yang dijual merupakan daya tarik bagi konsumen dan menjadi unsur salah satu faktor penentu dalam proses pembelian seorang konsumen dan calon konsumen.

Desain produk (barang yang ditawarkan memiliki model yang dapat mengikuti trend) serta kualitas produk harus juga dijamin karena para pembeli tertarik tidak hanya pada jajaran pilihan yang tersedia tetapi juga pada kualitas dan desain produk. Selain kualitas produk smartphone Mi-Redmi Series dari tampilan luar tapi spesifikasi RAM (*Random Acces Memory*) juga lumayan tinggi bisa mencapai 3Gb sampai 8Gb dalam kinerja smartphone Mi-Redmi Series tidak mudah panas. jadi mahasiswa STKIP PGRI Jombang memilih produk Mi-Redmi Series sebagai smartphone atau gadgetnya.

Kotler dan Armstrong dalam Kurniasari (2018:39) mengatakan Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Seperti yang dikatakan informan yang bernama Yanuar Dwi Saputro mahasiswa STKIP PGRI Jombang prodi Bahasa Indonesia sebagai berikut :

“Selain itu spesifikasi ram tinggi, daya batrai, kamera dan kualitas audio Mi-Redmi Series dengan harga yang dapat dijangkau. Dibuat game juga batrai gak boros dan gak mudah panas, tergantung pemakaian juga.”

01/F-1/Kmp-K.L/12-12/2019

Seperti kutipan wawancara diatas bahwasanya kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bukan hanya dari tampilan luar saja seperti design produk, tapi juga kualitas kegunaan yang diberikan oleh produk tersebut sehingga konsumen yang memakai produk tersebut mendapat kepuasan setelah memutuskan untuk membeli produk. Smartphone Mi-Redmi series juga mempunyai ram diatas 2GB ada juga mulai dari 3Gb sampai 6Gb yang kualitasnya grapict dan tampilan warna layar jernih. Kamera yang jernih dan kapasitas batrai yang besar. Menurut informan lain yang bernama Fika Rahmawati juga mengatakan

“Karena aku suka kualitas produknya mas, Design produknya bagus enak dipegang juga handphonenya, daya batrainya awet, gak lemot juga kalau saya pakai sehari hari, Iya mas, disini lain aku lebih suka kameranya karena bening kalau dipakai foto foto sama temen temen dikelas, pas liburan, batrai juga gak boros.”

01/K-1/Kmp-K.L/12-12/2019

Seperti data wawancara diatas dari Yanuar Dwi Saputro dan Fika Rahmawati peneliti berkesimpulan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Mi-Redmi Series konsumen bukan hanya dari tampilan luar saja seperti design produk, spesifikasi kuat dan lancar dalam mengoperasikan smartphone, tidak mudah panas mempunyai ketahanan batrai yang kuat, kegunaan yang diberikan yang dapat membuat konsumen merasa tertarik dalam membeli produk smartphone Mi-Redmi Series, disini lain kualitas kamera juga penting untuk teman teman yang bekerja di sosial media seperti official sosial media atau bisa disebut orang yang bekerja di aplikasi sosial media, dari mulai design produk, daya tahan batrai, daya tahan RAM, kualitas audio dan kamera adalah indikator pokok yang dapat memuaskan konsumen dalam memilih produk Mi-Redmi Series sebagai smartphone yang dipilih sebagai kebutuhan sehari hari. Disisi lain ada harga jual smartphone Mi-Redmi Series sebagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang akan dijelaskan berikutnya.

2. Harga Jual

Harga Jual adalah sejumlah kompensasi (uang atau barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi barang atau jasa yang terdapat pada sebuah produk tersebut dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal, bisa dikatakan juga harga jual sebagai sejumlah yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan, salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk terjual, begitupun konsumen memilih harga yang telah ditetapkan dan sesuai dengan kemampuannya yang dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk.

Hurriyati dalam Widiastuti (2017:21) Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh utilitas tertinggi yang diharapkan

berdasarkan kekuatan daya belinya. hal ini dikarenakan adanya sejumlah dimensi strategik harga dalam hal:

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk atau jasa (*a statement of value*) Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Produk Mi-Redmi Series merupakan produk yang harga jualnya dapat dijangkau seluruh kalangan, konsumen menengah atas maupun menengah ke bawah dikarenakan harga jual yang murah dan mendapat kualitas dan spesifikasi yang hampir sama dengan smartphone yang mahal, seperti wawancara dari seorang informan Mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang bernama M. Abdullah Julyanto Program Studi Ekonomi 2015 seperti berikut ini:

“Pada awalnya saya membeli karena spesifikasi smartphone yang lumayan bagus, harganya murah mas dan kualitas juga tidak jauh beda dengan smartphone yang mahal yang hampir sama dengan produk terkenal lainnya.”

01/B-1/Kmp-H.J/12-12/2019

Seperti yang dikatakan dua informan diatas bahwasanya harga jual produk harga yang telah ditetapkan dan sesuai dengan kemampuannya yang dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk. Misalnya informan diatas dia memilih produk karena perbandingan harga dengan produk lain yang spesifikasinya sama tapi dengan harga yang lebih murah dari produk yang dibandingkan.

Harga adalah determinan utama permintaan berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecil harga mempengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan dan sebaliknya. Pada kasus tertentu seperti mobil mewah, harga yang mahal malah diminati oleh pelanggan. Selain itu harga jual Mi Redmi Series yang tergolong murah semua kalangan dapat membelinya dan menjangkau harga smartphone Mi-redmi Series menurut data dari informan yang lain bernama Doddy Kurniawan Mahasiswa STKIP PGRI Jombang Program studi Bahasa Inggris 2015 :

“Ya karena harganya murah Van. Karena dompetku juga tipis, lagi butuh hp juga, dan produk Mi-Redmi Series juga murah dan tidak kalah juga dengan merk-merk yang lain dan spesifikasinya juga hampir sama dengan smartphone mahal lainnya. Dan dapat dijangkau semua kalangan. Bahkan anak kos seperti saya”

01/G-1/Kmp-H.J/12-12/2019

Seperti kutipan wawancara dari mahasiswa yang bernama Doddy bahwasanya harga smartphone Mi-Redmi Series tergolong murah dan dapat dijangkau berbagai kalangan. Harga jual produk juga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli/memilih produk smartphone Mi-Redmi series dalam segi harga jual sebagai perbandingan dengan smartphone lain yang hampir sama spesifikasinya.

Dari data yang diperoleh dari informan yang bernama Abdullah Julyanto dan Doddy Kurniawan penulis berkesimpulan bahwa harga jual juga penting dalam pemilihan keputusan memilih produk dikarenakan harga yang murah dan spesifikasi yang sama dengan merek-merek mahal dan berpenampilan seperti smartphone-smartphone terkini yang harganya cukup mahal konsumen memilih smartphone Mi-Redmi Series sebagai smartphonenya karena dilihat dari segi harganya yang murah dan dapat dijangkau konsumen semua kalangan.

3. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang di tawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang dan berkeputusan untuk memilih sebuah produk yang dipromosikan, tujuan dilaksanakannya promosi ini umumnya untuk mempengaruhi konsumen supaya membeli produk yang di hasilkan penjual, tanpa promisi jangan diharapkan konsumen dapat mengenal suatu produk. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik pelanggan dan konsumen.

Cannon dalam Widiastuti (2014:11) promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian promosi dalam bauran pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa produk yang tepat tersedia ditempat dan pada harga yang tepat. Mahasiswa STKIP PGRI Jombang dalam mengenali produk Mi-Redmi Series dengan melihat recommended dari teman teman sekitar dan juga karena lingkungan yang disitu banyak yang memakai smartphone Mi-Redmi series, sehingga muncul pilihan dan keinginan membeli smartphone Mi-Redmi Series. Seperti kutipan wawancara mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang bernama Ovank Galih Putra Negara Program studi bahasa indonesia 2015 mengatakan bahwasanya :

“Peneliti : Vank! Hp kamu merk apa itu?

Informan : Redmi van.

Peneliti : Kenapa kamu beli hp merk produk itu karena murah apa kualitasnya.?

Informan : Tidak van. Aku beli handphone Mi-Redmi ini karena awalnya liat teman-temanku memakai produk ini pernah aku pinjam dan aku tertarik pada produk ini. Dan aku mengerti spesifikasi dari brosur yang saya dapat ketika ada pembagian di salah satu konter

Peneliti : Setelah kamu meminjam handphone temanmu seketika itu tertarik, apa kamu langsung pingin membeli

Informan : Iya setelah aku melihat produk tersebut, pas posisi itu aku juga ingin membeli handphone Mi- Redmi series. Langsung berangkat beli hp.”

01/E-1/Kmp-Pro/12-12/2019

Dari percakapan wawancara diatas menyimpulkan bahwa konsumen mengenal produk dari promosi Mi-Redmi Series dari lingkungan sekitar melihat konsumen lain yang memakai produk smartphone Mi-Redmi Series, secara tidak langsung calon konsumen menganggap bahwasanya smartphone Mi-Redmi Series adalah produk yang kualitasnya bagus. Salah satu kegiatan promosi penjualan yang banyak dilakukan oleh pemasar adalah *Direct Marketing*. *Direct Marketing* adalah sistem pemasar yang bersifat interaktif yang memanfaatkan. Salah satu metode *direct marketing* adalah dengan membuat brosur produk yang di jual disertai harga jual produk misalnya produk Mi-Redmi Series.

Stanton dan Lamarto dalam Dewi (2012:17) promosi adalah unsur yang didayagunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk baru perusahaan. Konsumen dapat mengenali produk melewati media salah satunya adalah media brosur yang disana banyak tertulis produk Mi-Redmi series dengan berbagai harga dan spesifikasi yang berbeda sehingga konsumen dapat memilih produk smartphone yang sesuai dengan keinginan konsumen. Informan lain yaitu mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang bernama Hariadi Purnomo Program studi Pendidikan Matematika yang memilih produk berdasarkan brosur yang telah dibacanya seperti cuplikan wawancara berikut ini :

- “Penulis : Mas Pur.! Hp kamu merk apa itu?
Informan : Redmi mas, emang kenapa?
Penulis : Kok kamu pakai smartphone redmi, emang bagus menurut kamu.? Alasan kamu beli Mi-Redmi ini karena apa?
Informan : Bagus sih, ketika aku beli hp alasannya karena liat temanku beli handphone kemarin, aku dikasih brosur katanya ada handphone murah aku baca baca brosurnya ternyata bagus jadi aku tertarik membeli produk ini.
Penulis : Brarti karena iklan brosur ya mas pur? Berarti melihat promosi brosur dari konter yang dibawakan sama teman mas pur.!.
Informan : Iya mas ivan, aku baca pengenalan produk itu dalam brosur itu banyak hp yang kualitas bagus dan murah.”

01/D-1/Kmp-Pro/12-12/2019

Dari hasil wawancara diatas dan data yang diperoleh dari 2 sumber informan pengguna smartphone Mi-Redmi series yang bernama Ovank Galih Putra dan Hariadi Purnomo penulis menyimpulkan media promosi dalam bentuk brosur dapat mempengaruhi keputusan pembeli dalam memilih produk dalam metode ini pengenalan produk dapat menimbulkan respon dan timbal balik konsumen di sembarang lokasi sehingga konsumen dapat memilih dan melihat cuplikan bentuk dan harga produk secara tidak langsung. Seperti yang dikatakan salah satu Mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang bernama Chumairotun Nisa' program studi bahasa inggris 2015

“Ya karena aku liat temen kelas banyak yang pakai redmi ivan, disisi lain harganya murah dan dapat di jangkau semua orang pas aku liat di brosur.”
01/H-1/Kmp-Pro/12-12/2019

PROMO HP & SMARTPHONE & ASSESORIS PALING MURAH DIJAMIN 100%

Periode Tgl : 11 - 17 Januari 2020

BISA TUKAR TAMBAH & KREDIT PROSES 10 MENIT

REDMI 8 TAM
RAM 4GB ROM 64GB
Rp. **1.999.000**

HOTWAV M5 2/16GB **999.000**

INFINIX NEW 2020 2/32GB **1.249.000**

OPPO A5 128GB **2.799.000**

REALME 5 3GB **1.999.000**

SAMSUNG A20S 3GB **2.100.000**

XIOMI NOTE 8 3GB **2.150.000**

SAMSUNG A10S 2/32GB **1.665.000**

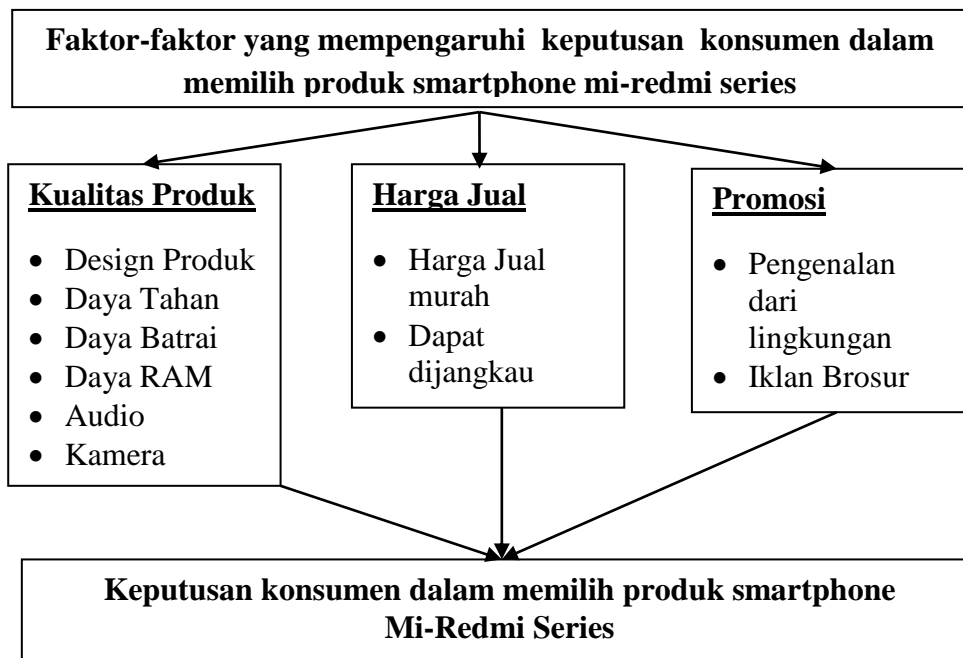
REALME C2 2/32GB **1.399.000**

PENASARAN...? TIDAK PERCAYA...? INGIN BUKTI...? DATANG DAN LANGSUNG BUKTIKAN

**Gambar brosur yang diperoleh informan hariadi purnomo dalam pengenalan produk*

Kesimpulan yang diambil penulis setelah mendapat data dari 3 informan diatas yang bernama Ovank Galih Putra dan Hariadi Purnomo serta data ulasan dari informan yang bernama Chumairotun Nisa' adalah promosi dari brosur dan lingkungan sekitar dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series. Dikarenakan brosur memperlihatkan cuplikan cuplikan tentang smartphone Mi-redmi series tentang spesifikasi, harga, kualitas gambar produk, sehingga konsumen tertarik pada produk yang di promosikan, ada juga promosi secara mulut ke mulut atau bentuk tular, biasanya promosi produk bentuk tular ini adalah pengalaman konsumen yang di beritahukan kepada calon konsumen misalnya, konsumen yang telah membeli produk tersebut menceritakan tentang detailnya produk kepada calon konsumen yang akan memberi produk tersebut biasanya dari teman, atau konsumen lain yang pernah membeli produk khususnya produk smartphone Mi-Redmi Series.

Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwasanya faktor kualitas produk, harga jual dan promosi yang menyebabkan konsumen atau calon konsumen yang menyebabkan konsumen dalam memilih produk smartphone Mi-Redmi Series.



Gambar 1.1
Struktur faktor yang mempengaruhi keputusan memilih produk

Dari hasil penelitian kualitas produk terdiri dari 6 indikator design produk, daya tahan, daya batrai, daya RAM, kualitas audio dan kamera. kedua adalah harga jual terdiri dari 2 indikator yaitu harga jual murah dan dapat dijangkau berbagai kalangan, dan yang ketiga adalah Promosi terdiri dari 2 indikator yaitu pengenalan produk dari lingkungan dan iklan brosur, dari kualitas produk, harga dan promosi yang menjadi faktor dan dapat menumbuhkan keputusan konsumen dalam memilih smartphone Mi- Redmi series.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab terdahulu, maka didapatkanlah kesimpulan bahwa terdapat tiga faktor, yang mempengaruhi perilaku konsumen sehingga memutuskan memilih produk smartphone Mi-Redmi Series yaitu kualitas produk, harga jual, dan promosi. Faktor pertama adalah kualitas produk, konsumen memilih produk Mi-Redmi Series dari Design produknya, daya tahan baterai yang jangka panjang, kapasitas memori yang besar hingga dapat menyimpan data-data yang besar, kamera yang jernih, daya tahan smartphone yang kuat. Faktor kedua adalah harga jual, harga smartphone Mi-Redmi Series ini masih dikatakan murah dengan harga yang dapat dijangkau semua kalangan. Faktor ketiga adalah faktor promosi yang dimana dalam penelitian peneliti konsumen melihat produk Mi-Redmi series dari iklan-iklan brosur yang dimana didalamnya ada gambar produk, harga produk, dan cuplikan spesifikasi produk, dan yang kedua dari informasi dari konsumen yang telah membeli Mi-Redmi Series atau bisa dikatakan orang yang merekomendasikan smartphone Mi-Redmi series agar calon konsumen membeli produk Mi-Redmi Series. Dari ketiga faktor yang telah disebutkan bahwasanya faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk Mi-Redmi Series adalah faktor kualitas produk, harga jual, dan promosi sehingga konsumen membeli produk Mi-Redmi Series sebagai smartphonanya.

Saran

Dalam melakukan proses jual beli dan mengambil keputusan memilih membeli produk terutama produk elektronik misalnya smartphone Mi-Redmi Series, konsumen harus melihat produk dari segi kualitas produk melihat design produknya kualitas baterai jangka panjang, daya RAM, dan kamera ketika memilih produk smartphone sehingga setelah proses pembelian konsumen merasa puas akan kualitas produknya, melihat dari segi harga jual, konsumen harus melihat produk dari harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan dari segi promosi konsumen sebelum memilih produk khususnya smartphone Mi-redmi series konsumen harus mengetahui dan mengenali produk lewat brosur atau juga bisa dari konsumen yang membeli produk Mi-Redmi series sehingga sebelum melakukan proses memilih dan membeli produk konsumen tau persis produk yang akan dibeli.

DAFTAR RUJUKAN

- Nugraha, adi, (2011) analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih carefour jember sebagai tempat berbelanja. Universitas Jember fakultas ekonomi, Jember, Indonesia. <https://www.pdfdrive.com/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen-dalam-memilih-carrefour-jember-e60632152.html> (diakses tanggal 29 oktober 2019)
- Sunarto, (2018) Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. Universitas Gunadarma, Prodi Akuntansi, Depok, Indonesia. <https://www.pdfdrive.com/analisis-perilaku-konsumen-terhadap-keputusan-pembelian-handphone-xiaomi-redmi-3s-e606er2152.html> (diakses tanggal 29 oktober 2019)
- Setiono, Erwin, (2019) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan UD. Hari Jombang. STKIP PGRI Jombang, Jombang, Indonesia.
- Heryubani, ayu, (2018) Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstick merk wardah di kota yogyakarta. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Fakultas ilmu social dan ilmu politik. Yogyakarta, Indonesia. <https://www.pdfdrive.com/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-produk-lipstik-merek-wardah-e60943959.html> (diakses tanggal 29 Oktober 2019)
- Nurhayati, Siti (2017) Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di Yogyakarta, Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia. (diakses tanggal 29 Oktober 2019)
- Anita, Dewi, (2016) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada minimarket as gross ar royyan Di ngoresan jebres surakarta. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Fakultas ilmu Ekonomi. Yogyakarta, Indonesia. <https://www.pdfdrive.com/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen-dalam-melakukan-pembelian-e56306123.html> (diakses tanggal 29 Oktober 2019)
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta 68
- Cristi M, Vinita (2009) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Carrefour sebagai tempat berbelanja. Universitas Sanata Dharma, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta, Indonesia. https://repository.usd.ac.id/17433/2/032214034_full.pdf (diakses tanggal 30 Oktober 2019)

Widiastuti, Nilam (2014) Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Harga terhadap minat beli Konsumen Roxy Mandonga. Universitas Halu Oleo, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Kendari, Indonesia. [http://sitedi.uho.ac.id/uploads_sitedi/B1B113053_sitedi_NILAM%20WIADIASTUTI%20\(B1B1%2013%20053\).pdf](http://sitedi.uho.ac.id/uploads_sitedi/B1B113053_sitedi_NILAM%20WIADIASTUTI%20(B1B1%2013%20053).pdf) (diakses tanggal 1 November 2019)

Ryanto, Dyonisius (2016) Pengaruh Presepsi Konsumen pada Produk, Harga jual, dan tempat terhadap loyalitas konsumen di lembah fitness UGM, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta Indonesia <https://core.ac.uk/download/pdf/45365478.pdf> (diakses tanggal 1 November 2019)

Kurniasari, Rika Devi (2018) pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (studi kasus pada produk kerajinan enceng gondok “akar”) Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta, Indonesia, <http://ay1rkzfr1f.download2.org/dl2.php?id=199149364&h=ff66b6cd4d5d5fed3f5d05ee4f0a20b7&u=cache&ext=pdf&n=Pengaruh%20inovasi%20produk%20kreativitas%20produk%20dan%20kualitas%20produk%20terhadap> (diakses tanggal 1 November 2019)

Arikunto, (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.