

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPORT SMARTPHONE BRAND SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA INSTITUT STAMI KAMPUS C JAKARTA)

Iqna Tulhanifah¹, Bertadi Nurseno²,

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STAMI, Jakarta

²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STAMI, Jakarta

Abstract

This study aims to measure how much Price and Product Quality influence on the Decision of college students for purchasing Samsung Smartphones at STAMI Institute, campus C Jakarta. The research method we used, is descriptive quantitative research method. Also for the sampling technique we apply the Probability sampling technique with the Simple Random Sampling method. The number of samples in this study were 87 respondents. Then the data is processed by the Multiple Linear Regression Analysis method. Lastly, the results of this study indicate that price and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision

Cronicle of Article:Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00, 2020).

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STAMI

Profile and corresponding author: Iqna Thulhanifah adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: Iqna9133@gmail.com, bertadinurseno876@gmail.com

How to cite this article : Thulhanifah I, Bertadi Nurseno(2022) ‘Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk import smartphone brand Samsung (studi kasus mahasiswa Institut STAMI kampus C Jakarta), 2(3), pp.394-404. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>,

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini kian bertambah, teknologi memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari, untuk berkomunikasi dengan cepat dan tanpa batas. Salah satu teknologi komunikasi yang berkembang pesat dan saat ini sedang populer adalah Smartphone. Hal ini menjadi sebuah peluang bagi para perusahaan Smartphone untuk melakukan kompetisi bisnis. Perusahaan penyedia Smartphone berlomba-lomba melakukan inovasi terhadap Produknya agar dapat bersaing di pasaran. Perusahaan Smartphone harus berinovasi agar dapat sukses dan bertahan dalam persaingan untuk berusaha mencapai tujuan dan menciptakan kesan baik dimata pelanggan yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan serta keputusan pembelian.

Setiap perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen target pasarnya, karena keberlangsungan roda suatu perusahaan tergantung dari perusahaan itu sendiri untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan membeli produk dari perusahaan tersebut. Dengan memahami perilaku konsumen maka perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli pesaingnya.

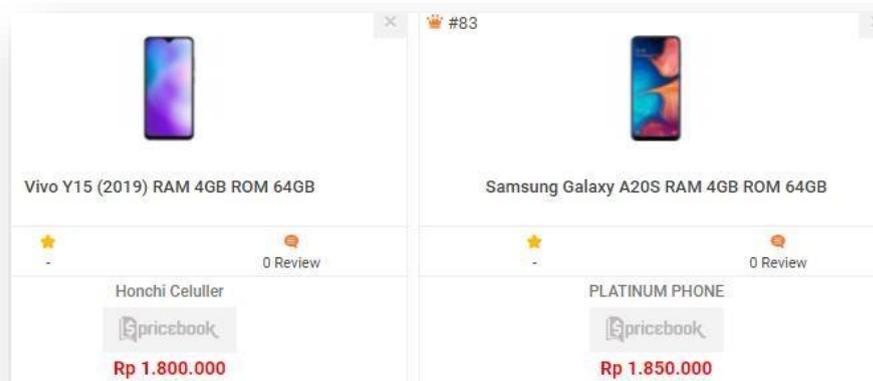
Gambar I.1 Data Top Brand 2021 Katagori Smartphone

Data TOP BRAND Tahun 2021 kategori Smartphone

BRAND	TBI 2021	
Samsung	37.1%	TOP
Oppo	19.3%	TOP
Xiaomi	12.4%	TOP
iPhone	11.0%	
Vivo	7.9%	

Berdasarkan Tabel diatas saat ini terdapat beberapa Brand *smartphone* yang bersaing dalam pasar *smartphone* di Indonesia baik merek impor maupun merek lokal. Masing-masing Brand tersebut terus melakukan inovasi untuk menciptakan produk-produk unggulan mereka. Para produsen *Smartphone* yang melihat sebuah fenomena bahwa semakin meningkatnya pengguna *smartphone* di Indonesia, membuat mereka berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk mendominasi pangsa pasar *Smartphone* di Indonesia. Salah satunya adalah Samsung yang menempati urutan teratas dengan nilai TBI 2021 sebesar 31.7%. Samsung memiliki kualitas yang beragam tergantung dari type yang dikeluarkannya dan spesifikasi type produk tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi harga dari produk Samsung itu sendiri berbagai jenis type yang diluncurkan oleh Samsung memiliki harga yang beragam, tergantung spesifikasi dan keunggulannya.

Berikut merupakan spesifikasi harga produk Samsung Galaxy A20s dengan perbandingan produk dari Vivo Y15.



Berdasarkan Gambar diatas Vivo Y15 dan Samsung A20s memiliki Ukuran Ram yang sama yaitu 4/64GB dengan harga jual yang berbeda, Harga Samsung lebih tinggi dibandingkan dengan harga Vivo. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menulis penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Import Brand Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Institut STIAMI Kampus C Jakarta)**”

Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *keputusan Pembelian* Smartphone Samsung di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI kampus C Jakarta ?
2. Seberapa besar *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *keputusan Pembelian* Smartphone Samsung di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI kampus C Jakarta ?
3. Seberapa besar *Harga* dan *Kualitas Produk* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *keputusan Pembelian* Smartphone Samsung di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI kampus C Jakarta ?

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Harga

Menurut Lopyoadi (2011 : 61) harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Menurut Andi (2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

2.2 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Assauri (2015 : 211) Kualitas Produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

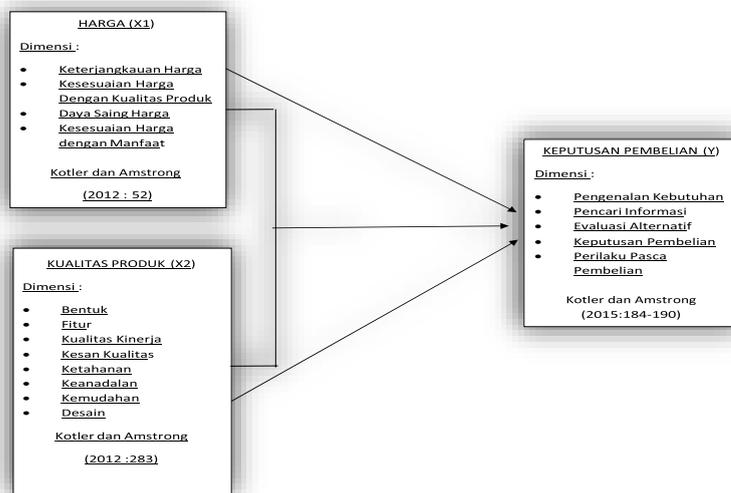
Menurut Kotler dan Keller (2016 :164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

2.3 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahu lebih alternatif pilihan.

Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

2.4 Kerangka Teori



3. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Peneliti menggunakan 3 Variabel yang terdiri dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Populasi dan Sample

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa kampus C STIAMI yang pernah atau sedang menggunakan smartphone samsung dengan mengacu pada data tahun 2021 sebanyak 174 mahasiswa aktif angkatan 2017-2018.

Pengambilan sampel untuk penelitian yaitu jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. (Arikunto, 2010: 112)

TAHUN ANGKATAN	JUMLAH	PRESENTASE	JUMLAH
2017	89	50%	44,5
2018	85	50%	42,5
TOTAL	174		87

Dari tabel diatas dengan menggunakan teori Suharsimi Arikunto dapat ditentukan jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 87 Responden dengan Populasi

sebanyak 174 Mahasiswa dan Presentase 50%.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik Kuesioner

Teknik kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang diajukan langsung kepada para responden dengan menyebarkan daftar pertanyaan secara tertulis dengan harapan responden akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut.

3.4 Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Dasar pengambilan keputusan menurut Sugiyono (2013: 348) adalah jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) dan jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Apabila variabel yang diteliti memiliki cronbach's alpha (α) $>$ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable, sebaliknya apabila cronbach's alpha (α) $<$ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable. Asnawi & Masyhuri (2011: 171)

b. Analisis Deskriptif

Menurut Suratkhmad dalam buku (Dr. Ajat Rujakat, 2018) Metode deskriptif memiliki ciri memusatkan diri pada masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, masalah-masalah yang aktual dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisa

c. Koefisien Korelasi Berganda

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015: 184)

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012: 97), koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

e. Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui

ada atau tidaknya pengaruh dari Variabel Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap (Y) sebagai Keputusan pembelian. Hubungan tersebut dapat diukur dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1$$

Keterangan :

\hat{y} = Keputusan Pembelian

α = Bilangan konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Harga

X2 = Mutu Produk

$\epsilon_1 - \epsilon_2$ = Tingkat kesalahan

f. *Pengujian Hipotesis*

Uji Hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (Independen) kepada variabel terikat (depeden). Dalam uji hipotesis peneliti menetapkan hipotesis nol (H0) dan Hipotesis Alternatif (Ha).

Hipotesis Nol (H0) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan Hipotesis Alternatif (Ha) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat atau ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas pada variabel harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian menyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel.

Hasil uji reabilitas pada variabel harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian menyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* melebihi dari 60% atau 0,60.

Hasil uji analisis deskriptif pada rekapitulasi variabel harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian termasuk dalam kriteria penilaian baik menurut responden.

	HARGA	KUALITAS PRODUK	KEPUTUSAN PEMBELIAN
HARGA	1	.505**	.541**
KUALITAS PRODUK	.505**	1	.696**
KEPUTUSAN PEMBELIAN	.541**	.696**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a) *Hubungan antara Harga (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y)*

Hubungan antara kedua Variabel tersebut memiliki nilai R sebesar 0,541 yang berarti menunjukkan hubungan antara kedua variabel memiliki tingkat keeratan yang tergolong Sedang

b) *Hubungan antara Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian*

Hubungan antara kedua Variabel tersebut memiliki nilai R sebesar 0,696 yang

berarti menunjukkan hubungan antara kedua variabel memiliki tingkat keeratan yang tergolong Sedang.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda X1 x2 dan Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,007	0,428		-0,018	0,986
	X1	0,291	0,098	0,255	2,952	0,004
	X2	0,709	0,108	0,567	6,569	0,000

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = -0,007 + 0,291X_1 + 0,709X_2$$

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai konstanta adalah -0,007. Nilai konstanta negatif artinya jika variabel Kualitas Produk dan Variabel Harga dianggap tidak ada atau nol maka variabel Keputusan Pembelian nilainya akan berkurang atau menurun.
- 2) Nilai koefisien regresi $\beta_1 X_1$ sebesar 0,291 memberikan arti bahwa Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dalam Produk Smartphone Samsung di Institut STIAMI kampus C Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan Harga, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,291 dan begitu pun sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi $\beta_2 X_2$ sebesar 0,709 memberikan arti bahwa Kualitas Produk memiliki positif terhadap Keputusan Pembelian dalam Produk Smartphone Samsung di Institut STIAMI Kampus C Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan Kualitas Produk, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,709 dan begitu pun sebaliknya.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.730 ^a	0,533	0,522	0,36131

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui Besarnya R^2 adalah 0,522. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh *Harga* (X1), *Kualitas Produk* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) menggunakan rumus berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,522 \times 100\% = 52,2\%$$

Angka tersebut memiliki maksud bahwa *Harga* (X1) dan *Kualitas Produk* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh secara simultan sebesar 52,2%, sedangkan sisanya sebesar 47,8% dipegaruhi oleh faktor lain.

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,511	2	6,256	47,920	.000 ^b
	Residual	10,966	84	0,131		
	Total	23,477	86			

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel diatas diketahui bahwa 47,920 > 3,11 dengan probabilitas 0,000 < 0,05, maka H_a diterima. Artinya variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,007	0,428		-0,018	0,986
	X1	0,291	0,098	0,255	2,952	0,004
	X2	0,709	0,108	0,567	6,569	0,000

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan hasil uji t sebagai berikut:

- 1) Regresi variabel Harga memiliki nilai t hitung 2,952 > t tabel 1,663 (diperoleh dari pengujian satu arah 0,05;84) dan nilai Sig. 0,004 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang artinya variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

- 2) Regresi variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung $6,569 > t$ tabel $1,663$ (diperoleh dari pengujian satu arah $0,05;84$) dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima yang artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

1. Variabel *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Produk Smartphone Samsung. Hal ini dibuktikan melalui analisis koefisien determinasi pada nilai R^2 untuk Variabel Harga sebesar $0,541$.
2. Variabel *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Produk Smartphone Samsung. Hal ini dibuktikan melalui analisis koefisien determinasi yang mendapatkan nilai koefisien R^2 untuk variabel *Kualitas Produk* terhadap keputusan pembelian sebesar $0,696$.
3. Variabel *Harga* dan *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Institut STIAMI kampus C Jakarta) dan melalui uji simultan (uji f) didapatkan nilai F hitung $> F$ table dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Adapun dengan analisis regresi linear berganda yang mendapatkan hasil sebagai berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = -0,007 + 0,291 (\text{Harga}) + 0,709 (\text{Kualitas Produk})$$

Nilai Konsta Negatif artinya jika variabel Harga atau Kualitas Produk dianggap tidak ada atau nol maka Variabel Keputusan Pembelian akan berkurang atau menurun. Dengan penambahan satu satuan Harga maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian sebesar $0,291$ dan begitupun sebaliknya. Dan penambahan satu satuan Kualitas Produk akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian sebesar $0,709$ dan begitupun sebaliknya. Dengan hasil dari analisis koefisien determinasi yakni besarnya R^2 adalah $0,522$.

Dengan rumus berikut :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

$$\text{Maka : } 0,522 \times 100\% = 52,2 \%$$

Angka tersebut memiliki maksud bahwa *Harga X1* dan *Kualitas Produk X2* Terhadap *Keputusan Pembelian* memiliki pengaruh secara Simultan sebesar $52,2\%$, sedangkan sisanya $47,8\%$ dipengaruhi oleh factor lain.

SARAN

1. Perusahaan Smartphone Samsung diharapkan dapat lebih memberikan perhatian terhadap harga yang ditawarkan dan dipasarkan dilihat dari hasil rekapitulasi kuesioner butir pernyataan harga Samsung relative murah memiliki nilai terendah yaitu sebesar $3,37$ dengan katagori cukup baik, hal ini dapat dikatakan bahwa harga Samsung masih relative tinggi dibandingkan produk pesaing.

2. Produk Samsung diharapkan dapat meningkatkan produknya dengan memiliki sebuah ciri khas yang sulit untuk ditiru oleh competitor, hal ini di tandai dengan jawaban responden terhadap ciri khas Samsung dengan nilai rata-rata sebesar 3.84 yang dapat dikatakan Samsung belum memiliki ciri khas yang unggul dalam produknya

3. Perusahaan Samsung diharapkan dapat meyakinkan dan menarik konsumen untuk setia dan melakukan pembelian ulang, hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata jawaban kuesioner dalam butir “konsumen akan melakukan pembelian ulang” memiliki nilai terendah dengan angka sebesar 3,79.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Dewi, Irra Chrisyanti. 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan G. Amstrong, 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi: 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*. Edisi 14, New Jersey: Prentice Hall
- Riduwan dan Kuncoro, E.A. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta
- Soekarno K. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Miswar.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta

Jurnal Penelitian :

- Xian, Gou Li, Dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, C*, 203–213.