



## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG DI WILAYAH JAKARTA UTARA PADA TAHUN 2018

Melina

Tumpal JR Sitinjak<sup>1</sup>

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

### Abstract

Today, *Smartphone* is a communication tool that has internet network, which can help us obtain various information quickly. *Samsung smartphone* is one of the best-selling *smartphone* brands. *Samsung smartphone* are called the giant of mobile phone technology. Therefore, researcher is interested to conduct a research on the effect of product quality and price on purchase decision of *Samsung smartphone* in north Jakarta area in 2018. The theories used are definition of product quality, price, and purchase decision. And then, there were supporting theories about the relationship between product quality with purchase decision, price with purchase decision. The object of this research is *Samsung Smartphone*. The population of this research is the people who use *Samsung Smartphone* in North Jakarta Area on 2018. The sampling technique used is non-probability sampling technique with using judgemental sampling. Sample collection has been done by distributing questionnaires through Google Form media to get 100 respondents. Data analysis technique used are validity, reliability, descriptive analysis, multiple regression analysis. This study shows that both variables that are product quality and price take effect and significantly impact on purchase decision. So if product quality increase and the price offered corresponding with the quality of the product, will also increase purchase decision.

**Keywords:** Product Quality, Price, Purchase Decision

### Abstrak

Dewasa ini, *Smartphone* merupakan alat komunikasi genggam yang memiliki jaringan internet, dimana dapat membantu kita memperoleh berbagai informasi secara singkat dan cepat. *Smartphone Samsung* merupakan salah satu merek *smartphone* terlaris bahkan *smartphone* Samsung disebut raksasa teknologi telepon seluler. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Wilayah Jakarta Utara pada tahun 2018. Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah pengertian dari kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, harga dengan keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah *Smartphone* Samsung. Populasi penelitian ini adalah pengguna *Smartphone* Samsung di Wilayah Jakarta Utara pada tahun 2018, dimana teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan *judgemental sampling*, dengan ukuran sampel 100. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi yang dimana menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas,

<sup>1</sup>\*Alamat untuk korespondensi: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta Telp/Fax (021) 65307062 Ext. 708. E-mail: [melina.mei77@yahoo.com](mailto:melina.mei77@yahoo.com), [tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id](mailto:tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi ganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk maupun harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk semakin baik dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk maka akan diikuti dengan semakin tingginya pembelian terhadap suatu produk.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

## Pendahuluan

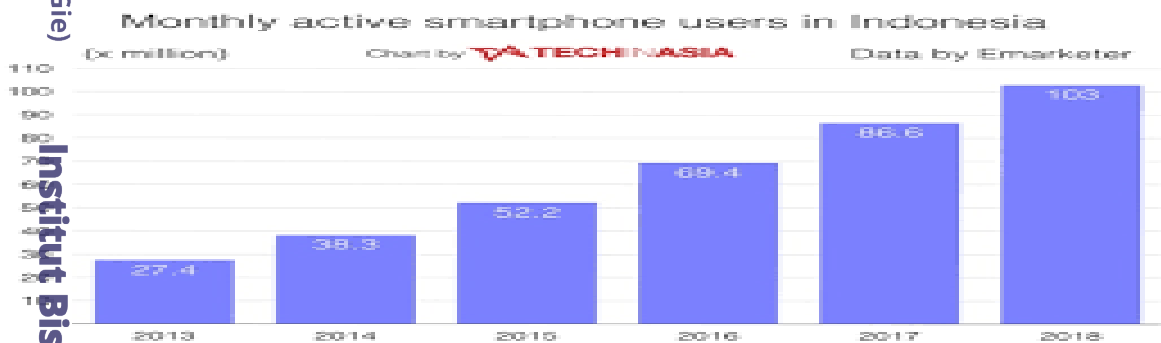
Di era digital ini, kemajuan dan perkembangan teknologi telekomunikasi tumbuh sangat pesat. Dewasa ini, semakin banyak orang memanfaatkan alat teknologi komunikasi berupa *smartphone* sebagai sarana komunikasi yang besar bagi para pebisnis di bidang teknologi untuk menciptakan alat komunikasi yang canggih dengan berbagai inovasi yang menarik yaitu dengan menciptakan fitur-fitur yang canggih berbasis internet.

*Smartphone* merupakan alat komunikasi genggam yang memiliki jaringan internet, dimana dapat membantu kita memperoleh berbagai informasi secara singkat dan cepat. *Smartphone* kini menjadi kebutuhan yang

utama untuk berkomunikasi. Saat ini, *smartphone* digunakan oleh berbagai kalangan yaitu dari kalangan menengah keatas hingga kalangan menengah kebawah dengan berbagai macam harga yang ditawarkan.

Jumlah pengguna *smartphone* semakin meningkat dengan pesat. Adapun data dari Lembaga Riset Digital Marketing Emarketer memperkirakan bahwa pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah demikian, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia yaitu setelah China, India dan Amerika. Berikut ini merupakan data pengguna *smartphone* di Indonesia, yaitu:

**Gambar 1. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia**



Sumber: id.technisia.com (<https://id.technisia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa pengguna *smartphone* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Terlihat pada tahun 2013, pengguna *smartphone* di Indonesia sebanyak 27,4 juta, pada tahun 2014, pengguna *smartphone* sebanyak 38,3 juta, pada tahun 2015, pengguna *smartphone* sebanyak 52,2 juta, pada tahun 2016, pengguna *smartphone*

sebanyak 69,4 juta, pada tahun 2017, pengguna *smartphone* sebanyak 86,6 juta dan diperkirakan pada tahun 2018 akan naik hingga mencapai 103 juta. Menurut data Emarketer, pada tahun 2018 Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif dan akan menjadi negara dengan populasi terbesar keempat pengguna *smartphone* di

1. Diteliti dan ditulis dengan menggunakan sumber yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk keperluan pendahuluan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penguji tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dunia setelah China, India dan Amerika Serikat.

Semakin pesatnya pertumbuhan penjualan *smartphone* di Indonesia, banyak sekali berbagai merek yang ditawarkan dengan harga

yang bervariasi, yaitu Samsung, Apple, Vivo, Oppo, Huawei, Xiaomi, Lenovo, LG dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan data penjualan dan *market share smartphone* dengan merek tertentu yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Tabel Data Penjualan Smartphone 1Q 2016-4Q 2017 (Shipment Volume (Millions))**

Vendor	2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Samsung	79,2*	78,6*	76,1*	77,5	79,2*	79,8*	83,3*	74,1
Apple	51,2	41,0	45,5	78,3*	51,6	41,0	46,7	77,3*
Huawei	28,1	38,5	33,7	45,4	34,2	38,5	39,1	41,0
OPPO	19,7	27,8	25,8	14,3	25,6	27,8	30,7	28,1
Xiaomi	14,6	21,2	13,6	31,6	18,1	21,2	27,6	27,4
Others	140,0	133,4	168,7	183,7	138,7	133,4	145,7	151,3
Total	332,9	341,6	363,4	430,7	347,4	341,6	373,1	403,5

Sumber: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 2017

Keterangan: tanda bintang (\*) peringkat tertinggi.

**Tabel 2. Tabel Data Market Share Smartphone 1Q 2016-4Q 2017 (%)**

Vendor	2016				2017			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
Samsung	23,8*	22,7*	20,9*	18,0	22,8*	23,3*	22,3*	18,4
Apple	15,4	11,7	12,5	18,2*	14,9	12,0	12,5	19,2*
Huawei	8,4	9,3	9,3	10,5	9,8	11,3	10,5	10,2
OPPO	5,9	6,6	7,1	3,3	7,4	8,1	8,2	7,0
Xiaomi	4,4	3,9	3,7	7,3	5,2	6,2	7,4	6,8
Others	42,1	45,9	46,4	42,7	39,9	39,0	39,1	38,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, 2017

Keterangan: tanda bintang (\*) peringkat tertinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Dari tabel penjualan dan *market share* diatas, dapat dilihat Samsung menduduki peringkat pertama selama tiga periode berturut-turut pada tahun 2016 dan 2017 yaitu pada kuartal 1, kuartal 2 dan kuartal 3, kemudian diikuti dengan Apple pada posisi kedua. Pada kuartal 4 2016 dan 2017, Apple menduduki posisi pertama dengan penjualan sebesar 78,3 juta unit dan 77,3 juta unit dengan pangsa pasar 18,2% dan 19,2%. Sedangkan Samsung menduduki posisi kedua dengan penjualan sebesar 77,5 juta unit dan 74,1 juta unit dengan pangsa pasar 18,0% dan 18,4%.

Dapat dilihat, dari berbagai merek *smartphone* diatas. Samsung merupakan salah satu merek *smartphone* terlaris, terutama di Indonesia. Bahkan Samsung disebut sebagai raksasa teknologi *smartphone* dunia. Samsung terus berupaya mengeluarkan berbagai *smartphone* terbaru dengan fitur yang canggih dan desain yang menarik untuk menarik perhatian konsumen dan merebut pangsa pasar teknologi *smartphone*. Selain itu, *smartphone* Samsung juga menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk.. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai *smartphone* Samsung.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah yang akan diteliti yaitu:

**Metode Penelitian**

Objek penelitian ini adalah produk *smartphone* Samsung. Subjek dari penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung di wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung?
3. Diantara kualitas produk dan harga, manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui diantara kualitas produk dan harga, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

1. Variabel Kualitas Produk  
Pada variabel kualitas produk terdapat sembilan dimensi. Namun, yang digunakan dalam penelitian ini terdapat enam dimensi yaitu bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan dan kehandalan.

**Tabel 3. Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Produk	Bentuk  Banyak produk dapat dibedakan berdasarkan bentuk, ukuran, model atau struktur fisik suatu produk.	- <i>Smartphone</i> Samsung memiliki desain yang menarik

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<p><b>Fitur</b></p> <p>Produk dapat ditawarkan dengan berbagai macam fitur yang melengkapi fungsi dasar produk tersebut.</p>	<p>- <i>Smartphone</i> Samsung memiliki fitur yang lengkap dan canggih</p>
<p><b>Kualitas kinerja</b></p> <p>Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.</p>	<p>- <i>Smartphone</i> Samsung memiliki kinerja yang bagus</p>
<p><b>Kualitas kesesuaian</b></p> <p>Pembeli mengharapkan produk mempunyai kualitas kesesuaian yang tinggi, yaitu tingkat di mana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.</p>	<p>- Kualitas <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan yang ditawarkan</p>
<p><b>Ketahanan</b></p> <p>Berapa lama ketahanan produk hingga produk tersebut diganti.</p>	<p>- <i>Smartphone</i> Samsung memiliki daya tahan yang unggul dibandingkan pesaing</p>
<p><b>Kehandalan</b></p> <p>Ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan gagal dalam periode waktu tertentu.</p>	<p>- <i>Smartphone</i> Samsung tidak mudah rusak</p>

Sumber: Kotler dan Keller (2016:393)

**Variabel Harga**

Pada variabel harga terdapat lima indikator yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk,

kesesuaian harga dengan manfaat produk, daya saing harga, harga yang mempengaruhi daya beli konsumen.

**Tabel 4. Variabel Harga**

Variabel	Dimensi	Indikator
Harga	Keterjangkauan harga	- Harga <i>smartphone</i> Samsung terjangkau
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	- Harga yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	- Harga yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan manfaat yang diberikan
	Daya saing harga	- <i>Smartphone</i> Samsung menawarkan harga yang bersaing



	Harga yang mempengaruhi daya beli konsumen	- Saya akan tetap membeli <i>smartphone</i> Samsung walaupun pesaing menawarkan harga yang lebih murah
--	--	--

Sumber: Kotler dan Armstrong dalam jurnal Artika Romal Amrullah dan Sasi Agustin (2016)

Variabel Keputusan Pembelian

Pada variabel keputusan pembelian, indikator yang digunakan adalah kebutuhan

dan keinginan akan suatu produk, keinginan mencoba, kemantapan akan kualitas suatu produk, keputusan pembelian ulang.

Tabel 5. Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan pembelian	Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	- Saya sangat membutuhkan <i>smartphone</i> Samsung
	Keinginan mencoba	- Saya ingin mencoba <i>smartphone</i> Samsung
	Kemantapan akan kualitas suatu produk	- Saya yakin <i>smartphone</i> Samsung memiliki kualitas produk yang baik
	Keputusan pembelian ulang	- Saya akan membeli kembali <i>smartphone</i> Samsung

Sumber: Jurnal Lidya Mongi, Listbeth Mananeke dan Augusta Repi (2013)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Form* kepada 100 orang responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang bersumber langsung dari responden yang menggunakan *smartphone* samsung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan analisis regresi ganda.

### Hasil dan Pembahasan

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai

*Corrected Total-Item Correlation* > 0,361. Sedangkan uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,70.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 6. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	CITC	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Kualitas Produk	P1	0,624	Valid	0,831	Reliabel
	P2	0,635	Valid		
	P3	0,715	Valid		
	P4	0,598	Valid		
	P5	0,620	Valid		
	P6	0,443	Valid		
Harga	P7	0,640	Valid	0,753	Reliabel
	P8	0,625	Valid		
	P9	0,379	Valid		
	P10	0,576	Valid		
	P11	0,451	Valid		
Keputusan Pembelian	P12	0,392	Valid	0,673	Reliabel
	P13	0,516	Valid		
	P14	0,399	Valid		
	P15	0,533	Valid		

Sumber: Lampiran 3

**Analisis Deskriptif**

**Tabel 7. Analisis Deskriptif**

Variabel	Mean	Keterangan
Kualitas Produk	3,96	Kualitas produk sudah baik
Harga	3,724	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas
Keputusan Pembelian	3,67	Keputusan pembelian sudah tinggi

Sumber: Lampiran 5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Analisis Regresi Ganda**

**1. Uji Asumsi Klasik**

**Tabel 8. Uji Asumsi Klasik**

Asumsi	Sig.	DW	VIF	Keterangan	
Normalitas	0,507	-	-	Normal	
Otokorelasi	-	$d_u < dw < 4-d_u$ 1,715 < 2,196 < 2,285	-	Tidak terjadi otokorelasi	
Heteroskedastisitas	Kualitas Produk	0,680	-	Tidak terjadi heteroskedastisitas	
	Harga	0,059	-	Tidak terjadi heteroskedastisitas	
Multikolinearitas	Kualitas Produk	-	-	1,892	Tidak terjadi multikolinearitas
	Harga	-	-	1,892	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Lampiran 6

**2. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)**

**Tabel 9. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)**

Nilai F	Sig. F	Keterangan
41,518	0,000	Model persamaan regresi dapat digunakan

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000... < 0,05, hal ini berarti dapat dikatakan model persamaan regresi dapat

digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel terikat (keputusan pembelian) dan variabel bebasnya (kualitas produk dan harga).

**3. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)**

**Tabel 10. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)**

Varabel bebas	Koefisien Regresi	Koefisien regresi terstandarisasi (Beta)	t	Sig.
Kualitas Produk	0,597	0,469	4,571	0,000...
Harga	0,294	0,266	2,592	0,0055
Varabel Terikat : Keputusan Pembelian				

Sumber: Lampiran 8

1. Dilatarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilatarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Berdasarkan tabel 10, persamaan regresi estimasi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,210 + 0,597x_1 + 0,294x_2$$

1. Nilai Sig. kualitas produk sebesar 0,000... < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,597. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai Sig. harga sebesar 0,0055 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,294. Hal ini menunjukkan bahwa harga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### Pembahasan

1. Berdasarkan tanggapan responden, kualitas produk *smartphone* Samsung sudah baik, dikarenakan pada uji skor rata-rata (*mean*) berada dalam rentang skala setuju yaitu sebesar 3,96.

2. Berdasarkan tanggapan responden, harga *smartphone* Samsung sudah terjangkau, dikarenakan pada uji skor rata-rata (*mean*) berada dalam rentang skala setuju yaitu sebesar 3,724.

3. Berdasarkan tanggapan responden, keputusan pembelian *smartphone* Samsung sudah tinggi, dikarenakan pada uji skor rata-rata (*mean*) berada dalam rentang skala setuju yaitu sebesar 3,67.

4. Berdasarkan pengolahan data pada uji F, hasil yang diperoleh yaitu nilai Sig. F < 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga dapat digunakan untuk menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian) dan variabel bebannya (kualitas produk dan harga).

5. Hasil pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa nilai Sig. kualitas produk 0,000... < 0,05 dengan nilai

koefisien regresi sebesar 0,597. Hal ini berarti kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dimana semakin berkualitas produk maka keputusan pembelian semakin tinggi.

6. Hasil pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa nilai Sig. harga 0,0055 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,294. Hal ini berarti harga juga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dimana semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian.
7. Hasil pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan besar pengaruh kualitas produk yaitu sebesar 0,469 sedangkan besar pengaruh harga sebesar 0,266. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan harga.
8. Hipotesis 1 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 1 terbukti, dimana hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig. sebesar 0,000... < 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,597.
9. Hipotesis 2 menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 2 terbukti, dimana hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig. sebesar 0,0055 < 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,294.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengguna setuju kualitas produk *smartphone* Samsung sudah baik.

2. Pengguna setuju harga yang ditawarkan *smartphone* Samsung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.



3. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Kualitas produk lebih berpengaruh dibandingkan harga terhadap keputusan pembelian.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dan seluruh pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Dari hasil penelitian ini, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka, diharapkan perusahaan Samsung dapat mempertahankan kualitas produk. Tetapi, yang perlu diprioritaskan adalah indikator daya tahan karena mendapat skor rata-rata (*mean*) yang rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Sehingga dalam hal ini, *Smartphone* Samsung dapat menciptakan produk yang tahan banting, anti air, anti debu, dan lain-lain. Selain itu, *smartphone* Samsung juga dapat menciptakan produk dengan daya tahan baterai yang lama. Sehingga hal ini diharapkan dapat terus meningkatkan keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian ini, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka, diharapkan perusahaan Samsung dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap *smartphone* Samsung. Tetapi, yang perlu diprioritaskan adalah pada indikator keterjangkauan harga dan harga yang mempengaruhi daya beli konsumen karena mendapat skor rata-rata (*mean*) yang rendah dibandingkan dengan

indikator lainnya. *Smartphone* Samsung perlu memperhatikan kualitas dan harga yang ditawarkan yaitu dengan menawarkan harga yang terjangkau dan bervariasi, dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, *smartphone* Samsung juga dapat menawarkan potongan harga dan promosi yang menarik seperti memberikan bonus berupa topi, baju, tas, voucher, dan lain-lain sehingga perusahaan Samsung dapat bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *smartphone* Samsung.

3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan variabel-variabel penelitian yang sama yaitu kualitas produk dan harga namun cakupannya lebih luas, misalnya penelitian dilakukan di wilayah Jakarta atau Jabodetabek. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel penelitian seperti citra merek dan fitur. Berdasarkan penelitian sebelumnya dari Yitzhak Armando Laheba, Willem J.F. Alfa Tumbuan dan Djurwati Soepeno (2015) menyatakan bahwa citra merek dan fitur berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga hal ini diharapkan akan meningkatkan akurasi penelitian.

### Daftar Pustaka

Anrullah, Artika Romal & Sasi agustin 2016, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat', Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, vol.5, no.1, ISSN : 2461-0593, diakses 1 Maret 2018, <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/1587>

Andriant Hendra Noky & Idris 2013, 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis

MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang', Diponegoro Journal of Management, vol.2, no.3, hal.1-10, diakses 24 Maret 2018, <http://id.portalgaruda.org/index.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=121202>

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schlindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

*Daftar Harga Hp Samsung Terbaru April 2018* 2018, diakses 30 April 2018, <https://samsungponsel.com/harga-hp-samsung/>



Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, Ari (2014), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principle of Marketing*, Edisi 15, USA: Pearson.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA: Pearson.

Laheba, Yitzhak Armando, Willem J.F. Alfa Tambunan & Djoerwati Soepeno 2015, 'Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado)', *Jurnal EMBA*, vol.3, no.3, hal.99-108, ISSN : 2303-11, diakses 12 Mei 2018, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9320>

Lebis, Desy Irana Dewi & Rahmat Hidayat 2017, 'Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Srikma Medan', *Jurnal Ilman*, vol.5, no.1, diakses 1 Maret 2018, <http://jurnal.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/52>

Millward Steven 2014, *Indonesia diproyeksi Lampaui 100 Juta Pengguna Smartphone di 2018, Keempat di Dunia*, diakses 27 Februari 2018, <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>

Mongi, Idya, Lisbeth Mananeke & Agusta Ropi 2013, 'Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telokonsel di Kota Manado', *Jurnal EMBA*, vol.1, no.4, hal. 2336-2346, ISSN 2303-1174, diakses 7 Maret 2018,

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3490/3019>

Prasastiningtyas, Tabitha Ratna & Djawoto 2016, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol.5 no.7, pp.15-14, ISSN 2355-1488, <http://jurnal.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/52>

Rahmayani, Indah 2015, *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*, diakses 28 Februari 2018, [https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media)

Sjam, Achmad Rafif & Anik Lestari Andjarwati 2018, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* (Studi pada Pengguna *Smartphone* Asus Zenfone 5 di Surabaya)', *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.6, no.1, diakses 10 Maret 2018, <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22850/20956>

Sunyoto, Danang (2015), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konseo, Strateg, dan Kasus)*, Buku I, Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy, Ph.D. dan Gregorius Chandra (2017), *Service, quality, and Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta: Penerbit CV. ANDI OFFSET.

Wibawa, Komang Agus Ardi Ary, I Ketut Kirya & I Wayan Suwendra 2016, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor', *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, vol.4, no.1, diakses 24 Maret 2018, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJM/article/view/6701>

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=p rUS42507917>, diakses 29 Februari 2018

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=p rUS42935817>, diakses 29 Februari 2018

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=p rUS43193517>, diakses 29 Februari 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. 1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karja tulis ini tanpa mencantumkan sumber. 2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<https://www.smartphones10.com/2016/04/sejarah-perkembangan-smartphone-android-samsung.html>, diakses 20 Maret 2018

<https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor>, diakses 29 Februari 2018

<http://www.samsung.com/id/smartphones/>, diakses 15 Maret 2018

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

### **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

