



ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG

Andy Meidyanto

Ir. Tumpal J.R. Sitingjak, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kab. 87, Jakarta 4350

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya persaingan antar produk-produk lama dan kemunculan berbagai produk-produk baru yang meramaikan persaingan pasar khususnya untuk kategori produk Handphone. Mengingat sekarang ini, handphone merupakan suatu barang kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari – hari tentunya menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar produk handphone untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mau menggunakan produk handphone samsung. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah harga, kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian. Melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik non-probability sampling dan teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi dan analisis regresi berganda terhadap 100 orang responden yang menggunakan Handphone Samsung. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien regresi menunjukkan bahwa ke tiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen Keputusan Pembelian. Hasil dari uji t yang dilakukan didapatkan hasil koefisien regresi variabel harga 0,174, variabel kualitas produk 0,234 dan variabel promosi 0,294. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa harga, keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung. Promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

Abstract

This research is motivated by the emergence of competition between old products and the emergence of various new products that enliven market competition, especially for the mobile product category. Considering that today, mobile phones are a necessity that cannot be separated from everyday people's lives, of course, causing increasingly fierce competition between mobile phone products to be able to attract the attention of consumers to want to use Samsung mobile products. Theories used in research are price, Quality of Product, promotion and purchasing decisions. Through the questionnaire method using non-probability sampling techniques and data analysis techniques used validity tests, reliability tests, regression analysis tests and multiple regression analysis of 100 respondents using Samsung Phones. Hypothesis testing using regression coefficients showed that the three independent variables studied were shown to significantly affect the dependent variables of Purchasing Decisions. The results of the analysis showed that the price, quality of product and promotions had a positive effect on

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



purchasing decisions. Then through the F test it can be known that all independent variables are indeed feasible to test the pre-purchase decision frontier variable. The results of the t test were obtained by the regression coefficient of price variable 0.174, quality of product variable 0.234 and promotional variable 0.294. Based on the results of the analysis, it can be concluded that prices, purchase decisions and promotions have a positive effect on the decision to purchase Samsung mobile phones. Promotion is the variable that has the most powerful influence on purchasing decisions.

Keywords: *Price, Quality of Product, Promotion, Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Alat komunikasi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak sekali jenis alat komunikasi, misalnya telepon rumah, smartpone atau bisa melalui internet (*chatting, email, yahoo massanger, dan lain-lain*). *Smartphone* bukan merupakan barang yang mewah bagi masyarakat saat ini, karena hampir semua masyarakat memiliki satu atau bahkan lebih dari satu *smartphone*. Masyarakat lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan *smartphone* dari pada alat komunikasi lainnya, karena mudah dibawa dan digunakan ketika pengguna membutuhkannya.

Bahkan dengan berkembangnya ilmu teknologi pada saat ini *smartphone* tidak hanya dapat digunakan untuk menelepon dan mengirim pesan singkat, namun dapat digunakan untuk *chatting*, mengirimkan pesen melalui email, ataupun komunikasi melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan mempunyai aplikasi yang lengkap maka *smartphone* merupakan salah satu pilihan yang tepat. Pada saat ini, permintaan masyarakat terhadap *smartphone* semakin meningkat, hal ini menjadi peluang bagi produsen *smartphone* untuk berinovasi dalam memproduksi *handphone* yang dihasilkan. Salah satu produsen *smartphone* yang terkenal saat ini adalah Samsung.

Samsung Group merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar dunia. Didirikan oleh Lee Byung-chull dan Kang Gary pada 1 Maret 1938 di Daegu, Korea. Perusahaan ini beroperasi di 58 negara, dan perusahaan Samsung sampai saat ini menjadi salah satu brand terbesar di dunia dengan mengeluarkan *smartphone* yang menjadi juara dalam persaingan bursa pasar *gadget*.

Sebagai perusahaan yang memiliki pesaing bisnis yang besar, sudah seharusnya merancang strategi yang tepat untuk memenangkan keputusan pembelian tersebut. Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk sangat penting karena dengan melakukan pembelian, maka evaluasi setelah pembelian akan terjadi. Semakin meningkatnya pengguna *smartphone* membuat perusahaan *handphone* berkompetisi mengeluarkan produk-produknya untuk membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk mereka dengan memberikan perbedaan-perbedaan dari setiap produk yang dikeluarkan.

Untuk menjadi penguasa pasar dalam industri *smartphone*, samsung mengeluarkan banyak jenis *smartphone* dalam kurung waktu satu tahun dan menjadikan lebih banyak pilihan untuk konsumen.

Gambar 1.1



Pengiriman Smartphone di kuartal I 2020

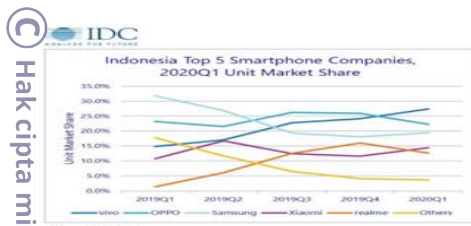


Diagram pada gambar 1.1, menunjukkan bahwa *vendor-vendor smartphone* seperti Vivo, OPPO, Xiaomi, Realme dan lain-lain berkompetisi memasarkan produk mereka, tetapi masih belum mampu menghadapi Samsung yang lebih banyak menjual unit *Smartphone* sejak 2019. Hal ini karena Samsung gencar mengeluarkan produk yang memenuhi segmen pasar. Banyaknya jenis produk yang diluncurkan Samsung sangat berimbas pada market share yang di dapat seperti pada gambar tabel dibawah :

Gambar 1.2
Market share Smartphone

Company	1Q20 Shipment Volume	1Q20 Market Share	1Q19 Shipment Volume	1Q19 Market Share	Year-Over-Year Change
Samsung	58.3	21.1%	71.9	23.0%	-18.9%
Xiaomi	49.0	17.8%	59.1	18.9%	-17.1%
OPPO	36.7	13.3%	36.8	11.8%	-0.4%
Vivo	29.5	10.7%	27.8	8.9%	6.1%
Apple	24.8	9.0%	23.2	7.4%	7.0%
Huawei	22.5	8.1%	23.5	10.0%	-12.2%
Others	275.8	100.0%	312.3	100.0%	-11.7%

pada gambar 1.2, Samsung berada di urutan paling atas dengan nilai market share sebesar 21,1% pangsa pasar *smartphone* di Indonesia pada tahun 2020 kuartal I hal ini membuat pabrikan asal Korea Selatan ini berada di posisi puncak selama beberapa tahun belakangan. Oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap handphone Samsung.

LANDASAN TEORI

1. Harga

Menurut Kotler dan Keller (2016:483) harga adalah: *“Price is the one element of the marketing mix that produces revenue; the other elements produce costs. Price also communicates the company’s intended value positioning of its product or brand”*. Harga adalah salah satu elemen dari marketing mix yang menghasilkan pendapatan dan diikuti oleh elemen lainnya yang menghasilkan biaya. harga juga mengomunikasikan posisi nilai yang ditunjukkan oleh perusahaan dari produk atau merek. Berdasarkan definisi diatas maka dapat diketahui bahwa harga adalah salah satu elemen dari *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan.

2. Kualitas Produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono (2016:134), kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten. Penulis menarik kesimpulan dari pengertian yang telah diuraikan, bahwa pengertian kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau layanan yang berkemampuan menjalankan fungsinya memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

3. Promosi

Menurut Kotler & Keller (2016), promosi merupakan suatu bentuk komunikasi dari perusahaan kepada konsumen untuk menyampaikan informasi mengenai produk /perusahaan agar konsumen mau membeli. Kegiatan promosi ini penting sebagai bentuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Apabila konsumen mengenal produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan memasarkan atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya karena melanggar hak cipta dilindungi undang-undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan memasarkan atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya karena melanggar hak cipta dilindungi undang-undang.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengutipkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karena melanggar hak cipta dilindungi undang-undang tanpa izin IBIKKG.



tersebut, maka mereka akan cenderung membelinya. Selain itu, dengan promosi, perusahaan juga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut bisa karena manfaat yang ditawarkan, harga yang murah, hingga alasan kenapa konsumen harus membeli produk tersebut.

4. Keputusan Pembelian

Kotler & Armstrong (2016), menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yakni studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, dan pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil konsumen saat tertarik atau berminat terhadap suatu produk tersebut untuk memutuskan apakah akan membeli barang tersebut atau tidak. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kebutuhan mereka akan produk itu, produk yang menarik, promosi yang menarik, penilaian dari orang banyak, dan hal lainnya.

HIPOTESIS

- H₁:** Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
- H₂:** Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian
- H₃:** Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah persepsi harga, kualitas produk, dan promosi

terhadap keputusan pembelian handphone samsung, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan handphone samsung.

B. Design Penelitian

1. *Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset* Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.
2. *Metode pengumpulan data (method of data collection)* Penelitian dilakukan dengan cara survei, peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* yang berisi pertanyaan - pertanyaan berkaitan dengan variabel yang digunakan yaitu, persepsi harga, kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian terhadap pengguna handphone samsung dalam kuesioner tersebut.
3. *Pengendalian variabel-variabel* oleh peneliti *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang terjadi, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang diteliti dan sifatnya tidak dimanipulasi.
4. *Tujuan penelitian (the purpose of the study)* Penelitian ini tergolong penelitian kausal karena penelitian ini berkaitan dengan pernyataan “pengaruh” dan “seberapa besar pengaruh” variabel independen terhadap variabel dependen.



5. Dimensi waktu (*the time dimension*) Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*, dimana penelitian ini hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.
6. Cakupan topik penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.
7. Lingkungan Riset Penelitian ini tergolong sebagai kondisi lapangan, dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Data-data yang diperoleh secara langsung berasal dari responden pengguna handphone Samsung.
8. Persepsi Partisipan kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

C. TEKNIK PENGUMPULAN SAMPEL

Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *non probability* sampling yaitu dengan menggunakan metode *Judgment Sampling*, Sampel yang terdapat 100 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan lewat media Google Form kepada responden dengan pertanyaan mengenai persepsi harga, Kualitas produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dengan cara: kuesioner dengan menyebarkan link *google form* kepada responden dan mengisi secara *online*.

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah semua kuesioner selesai diisi dan terkumpul, maka langkah berikutnya adalah pengolahan data yang bersumber dari kuesioner. Data dari kuesioner data yang harus diolah agar menjadi informasi yang berguna bagi penelitian. Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar Pengaruh persepsi Harga, Kualitas Produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung, penulis menggunakan program IBM SPSS 26.0 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

1. Uji Validitas dan reabilitas
2. Analisis deskriptif
3. Uji asumsi klasik
 - Uji normalitas
 - Uji heteroskedastisitas
 - Uji multikolinieritas
4. Analisis regresi berganda
 - Uji simultan (Uji F)
 - Uji parsial (Uji t)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Peneliti melakukan Uji Validitas kepada 30 responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam pra- kuesioner yang menjadi sumber penelitian. Butir-butir

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.



pertanyaan yang ada pada kuesioner ini sudah mewakili variabel dimensi intensitas, dimensi valensi opini, dimensi konten, dan minat pembelian. Berikut adalah hasil yang diperoleh

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Persepsi Harga

No	Variabel Harga	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Harga Handphone Samsung sangat terjangkau	-.092	.361	Tidak Valid
2	Harga Handphone Samsung sesuai dengan kualitas produk	.619	.361	Valid
3	Harga Handphone Samsung sesuai dengan manfaat yang didapatkan	.416	.361	Valid
4	Harga Handphone Samsung dapat bersaing dengan merk lain	.548	.361	Valid

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 berdasarkan pada hasil uji validitas dibandingkan dengan r tabel (0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari 4 indikator pertanyaan harga disimpulkan bahwa 3 pertanyaan valid dan 1 pertanyaan tidak valid. Maka 3 pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 4.2
Uji Validitas Kualitas Produk

No	Variabel Kualitas Produk	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Handphone Samsung memiliki kinerja/sistem operasi yang berkualitas	.459	.361	Valid
2	Handphone Samsung memiliki fitur yang sangat lengkap	.489	.361	Valid
3	Handphone Samsung memiliki daya tahan baterai yang cukup kuat	.416	.361	Valid
4	Handphone Samsung memiliki design dan varian yang sangat menarik	.423	.361	Valid

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Dilihat dari table 4.2 , berdasarkan pada hasil uji validitas dibandingkan dengan r tabel (0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari 4 indikator pertanyaan kualitas produk disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan valid. Pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 4.3
Uji Validitas Promosi

No	Variabel Promosi	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Iklan dari Handphone Samsung sangat menarik untuk melakukan pembelian	.439	.361	Valid
2	Iklan dari Handphone Samsung memberikan informasi akan produknya	.462	.361	Valid
3	Handphone Samsung sering mengadakan event yang menarik	.386	.361	Valid
4	Handphone Samsung sering menawarkan hadiah menarik pada pembelian produk tertentu	.469	.361	Valid

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.3, berdasarkan pada hasil uji validitas dibandingkan dengan r tabel(0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari indikator pertanyaan Promosi disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan valid. Pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai pertanyaan dalam kuesioner

Tabel 4.4
Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	Variabel Keputusan Pembelian	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya lebih tertarik membeli Handphone Samsung dibandingkan merk lain	.457	.361	Valid
2	Saya membeli Handphone Samsung karena sesuai dengan keinginan	.533	.361	Valid
3	Saya membeli Handphone Samsung karena mudah digunakan	.407	.361	Valid
4	Saya mudah menemukan service center Handphone Samsung	.476	.361	Valid

Dilihat dari tabel 4.4 , berdasarkan pada hasil uji validitas dibandingkan dengan r tabel(0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari indikator pertanyaan Keputusan pembelian disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan valid. Pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai pertanyaan dalam kuesioner.

Uji Reabilitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen



Indikator	CITC	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
H2	.619	Valid	.702	Reliabel
H3	.416	Valid		
H4	.548	Valid		
KP1	.459	Valid		
KP2	.489	Valid	.665	Reliabel
KP3	.416	Valid		
KP4	.423	Valid		
P1	.439	Valid		
P2	.462	Valid	.658	Reliabel
P3	.486	Valid		
P4	.469	Valid		
KPE1	.457	Valid		
KPE2	.433	Valid	.685	Reliabel
KPE3	.407	Valid		
KPE4	.476	Valid		

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's alpha lebih besar dari r tabel. Kemudian, untuk reliabilitas semuanya menyarankan bahwa reliabel.

2. Analisis Deskriptif

a. Mean

Tabel 4.6
Skor Rata-rata Variabel Harga

Keterangan	Skor Rata
Harga Handphone Samsung sesuai dengan kualitas Produk	4,44
Harga Handphone Samsung sesuai dengan manfaat yang didapatkan	4,35
Harga Handphone Samsung dapat bersaing dengan merek lain	4,56
Total Skor Rata	13,35
Mean	4,45

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan skor nilai rata-rata dari Variabel Harga dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah 4,45 dengan selang kepercayaan 95%, intervalnya adalah 4,21 – 5,00 termasuk dalam kategori sangat setuju. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa harga handphone samsung sudah baik.

Tabel 4.7

Skor Rata-rata Variabel Kualitas Produk

Keterangan	Skor Rata
Handphone Samsung memiliki kinerja/sistem operasi yang berkualitas	4,42
Handphone Samsung memiliki fitur yang sangat lengkap	4,31
Handphone Samsung memiliki daya tahan baterai yang cukup kuat	4,28
Handphone Samsung memiliki design dan varian yang sangat menarik	4,32
Total	17,33
Mean	4,33

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Pada tabel 4.7 menunjukkan skor nilai rata-rata dari Variabel kualitas produk dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah 4,33 dengan selang kepercayaan 95%, intervalnya adalah 4,21 – 5,00 termasuk dalam kategori sangat setuju. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa kualitas produk handphone samsung sudah baik.

Tabel 4.8
Skor Rata-rata Variabel Promosi

Keterangan	Skor Rata
Iklan dari Handphone Samsung sangat menarik untuk melakukan pembelian	4,35
Iklan dari Handphone Samsung memberikan informasi akan produknya	4,26
Handphone Samsung sering mengadakan event yang menarik	3,93
Handphone Samsung sering menawarkan hadiah menarik pada pembelian produk tertentu	4,14
Total	16,68
Mean	4,17

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Pada tabel 4.8, menunjukkan skor nilai rata-rata dari variabel promosi dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah 4,17 dengan selang kepercayaan 95%, intervalnya adalah 4,08 – 4,20 termasuk dalam kategori setuju. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa promosi handphone samsung sudah baik.



Tabel 4.9
Skor Rata-rata Variabel Keputusan
Pembelian

Keterangan	Skor Rata
Saya lebih tertarik membeli Handphone Samsung dibandingkan merek lain	3,85
Saya membeli Handphone Samsung karena sesuai dengan keinginan	4,20
Saya membeli Handphone Samsung karena mudah digunakan	4,32
Saya mudah menemukan service center Handphone Samsung	4,28
Total	16,65
Mean	4,16

Sumber Data : Data primer yang telah diolah, 2021

Pada tabel 4.9, menunjukkan skor nilai rata-rata keputusan pembelian dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah 4,16 dengan selang kepercayaan 95%, intervalnya adalah 4,08 – 4,20 termasuk dalam kategori Setuju. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa keputusan pembelian handphone samsung sudah baik.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Tabel 4.10
Uji Autokorelasi

Keterangan	DW	dU	4-dU
Nilai	2,08	1,7364	2,2636

Sumber data : Data Primer yang telah di olah, 2021

Pada tabel 4.10, Uji Autokorelasi pada pengujian ini menggunakan Durbin Watson. Pada tabel 4.15, menghasilkan D-W= 2,082 yang terletak diantara dU dan (4-dU) menunjukkan tidak terjadinya Autokorelasi.

b. Uji Normalitas

Tabel 4.11

Uji Normalitas

Keterangan	Unstandarized Residual
Sig.	.164

Sumber data : Data Primer yang telah di olah, 2021

Pada tabel 4.11, Uji normalitas Residual menggunakan Kolmogrov Smirnov. Pada tabel 4.16, didapatkan Sig. (0,164) > 0,05 menunjukkan residual berdistribusi normal.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas

Keterangan	Variabel Bebas	VIF
Harga	.780	1,282
kualitas Produk	.715	1,399
Promosi	.717	1,394

Sumber data : Data Primer yang telah di olah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12, uji multikolinearitas, menggunakan VIF, dimana seluruh nilai VIF dari variabel bebas < 10 yang menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Untuk dapat memastikan apakah kondisi Heteroskedastisitas terjadi maka dilakukan pengujian dengan menggunakan perhitungan statistik yang menggunakan Uji Rank Spearman's.

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterokedastisitas

keterangan	Harga	Kualitas Produk	Promosi
Sig	0,650	0,751	0,509
Residual	0,05	0,05	0,05



Sumber data : Data Primer yang telah di olah, 2021

Hasil pada tabel 4.13 untuk pengujian heteroskedastisitas (uji rank spearman's) dimana nilai Sig untuk koefisien korelasi rank spearman's antara residual dan setiap variabel bebas $> 0,05$ yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Berganda

a. Uji F

Tabel 4.14
Hasil Uji F

Nilai	F	Sig.
	14,286	.000

Sumber data : Data Primer yang telah di olah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, pengujian kesesuaian model persamaan regresi dengan uji F, dimana Sig.F $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan model dikatakan sesuai untuk digunakan menjelaskan hubungan asimetris antara variabel terikat dengan variabel bebas.

b. Uji t

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Variabel Bebas	Koefisiensi Regresi	Koefisiensi Regresi Terstandarisasi	Sig	Sig.(1-tailed)
Harga	0,347	0,234	0,017	0,0085
Kualitas Produk	0,299	0,174	0,086	0,043
Promosi	0,286	0,294	0,004	0,002

Sumber data : Data primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4,15 Pengujian koefisien regresi parsial bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang terdapat di bab dua. Tabel 4.20 menunjukkan Sig (1-tailed) untuk harga sebesar $0,0085 < 0,05$ dan koefisein regresi untuk harga sebesar 0,347 hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sig (1-tailed) untuk kualitas produk sebesar 0,043

$< 0,05$ dan koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0,209 hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya, Sig (1-tailed) untuk promosi sebesar $0.002 < 0,05$ dan koefisien regresi untuk promosi sebesar 0,286 dimana hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pada tabel 4.20 menunjukkan koefisein regresi terstandarisasi untuk harga sebesar 0,234, kualitas produk sebesar 0,174, dan promosi sebesar 0,294 dimana hal ini menjelaskan bahwa promosi memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai signifikansi berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi memiliki nilai signifikansi $0,085 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Dengan hal ini Harga menjadi hal penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Harga mempunyai nilai ukur variabel keputusan pembelian yang berarti juga semakin sesuai harga yang berikan maka keputusan pembelian semakin meningkat.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung.

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan

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.



signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan hal ini kualitas produk sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian yang berarti juga semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dari hasil pengujian dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa promosi mempunyai nilai lebih untuk menjadi alat ukur variabel keputusan pembelian. Mengartikan bahwa semakin baik atau bagus suatu promosi maka semakin meningkat keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Persepsi Harga terbukti positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
2. Kualitas Produk terbukti positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
3. Promosi terbukti Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

B. Saran

1. Bagi perusahaan
 - Promosi yang dilakukan sudah sangat baik, maka dari itu perusahaan seharusnya bisa mempertahankan dan meningkatkan. Karena pengaruh positif dari promosi

yang selalu berinovasi serta kreatif akan membuat konsumen lebih tertarik.

- Harga produk handpone Samsung yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen.

Penulis menyarankan keunggulan handpone Samsung dari segi harga yang terjangkau inilah dapat terus dijaga dan tetap dipertahankan, agar dapat bersaing dengan produk lain dan dari segi kualitas produk dapat ditingkatkan lagi agar konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang digunakan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Selain harga, kualitas produk dan promosi, keputusan pembelian dipengaruhi banyak faktor lainnya. Penulis menyarankan, ketika ingin meneliti keputusan pembelian, kiranya menambahkan atau menggunakan variabel lain seperti citra merek, kualitas layanan, dan variabel lainnya agar penelitian berikutnya dapat lebih baik dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Boone, Louis E. Dan Kurtz, David I. 2015.
Contemporary 17th edition.



Donald, C., & Schindler, P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (12 ed.). Salemba Empat

Ghozali, I. H. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.

Tjiptono Fandy, 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.

Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal :

Iful, A., & Budhi, S. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satno Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 15 Of 15.

Sanjaya, S. (2015). ABSTRAK Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT.Sinar Sosro Medan.Keputusan pembelian

merupakan tahap evaluasi konsumen dalam membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan berbagai prila. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5 No.2(02), 2.

Saptutyingsih Endah dan setyaningrum Esty. (2020). *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Alat Analisis*. Yogyakarta Gosyen Publishing 2020. ISBN 978-602-5411-62-5.

Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet. USA: Cengage Learning

Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>

Yusup, M. (2011). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang), 1–71.

Website :

Market issue. https://www.pricebook.co.id/article/market_issue/2019/09/27/9423/tipe-hp-samsung diakses september 2021



Selular.id. <https://selular.id/2020/05/idc-top-5-brand-smartphone-di-indonesia-q1-2020/> diakses Juni 2021

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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