

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI MANOKWARI

Titik Suliatin¹, Makarius Bajari², Luckhy Natalia Anastasia Lotte³
Universitas Papua^{1,2,3}

Article History:

Received: Desember 02,
2024

Accepted: December 31,
2024

*Corresponding Author

E-mail:

Makarius1971@gmail.com

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of product quality and price on samsung smartphone purchasing decisions in West Manokwari District.

The type of research used is a quantitative approach with an associative type of problem. The population in this study was people in West Manokwari District who used Samsung smartphones and had used Samsung smartphones for at least 1 year. The sample collection technique is non probability sampling with a total sample of 100 respondents. The primary data used is by conducting interviews and distributing questionnaires. Secondary data is obtained from journals, books, websites, catalogs, and data of Samsung smartphone users in Manokwari.

The results of this study show that the product quality variable partially affects samsung smartphone purchase decisions, and subsequent test results show that price variables have a partial effect on Samsung smartphone purchase decisions. As well as showing that the variables of product quality and price have a simultaneous effect on Samsung's smartphone purchase decision, meaning that the quality of the product provided is good and the price offered is appropriate and competitive can improve samsung's smartphone purchase decision in West Manokwari District.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung di Distrik Manokwari Barat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis permasalahan assosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Distrik Manokwari Barat yang menggunakan *smartphone* Samsung dan pernah menggunakan *smartphone* Samsung selama minimal 1 tahun. Teknik pengumpulan sampel adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Data primer yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, *website*, katalog, dan data pengguna *smartphone* Samsung di Manokwari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung, dan hasil uji selanjutnya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Serta menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Samsung, artinya kualitas produk yang diberikan baik dan harga yang ditawarkan sesuai dan kompetitif dapat meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Di era digital 4.0 dimana konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu dengan perantara media digital sebelum melakukan pembelian, kebutuhan manusia akan teknologi semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman seperti saat ini. Kebutuhan akan penggunaan teknologi dalam kehidupan saat ini dipercaya dapat membantu dalam pekerjaan seseorang karena komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kemunculan *smartphone* di kalangan masyarakat khususnya pelajar dan mahasiswa mampu memberikan berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunaannya. Perusahaan perlu memperhatikan banyak hal dalam menciptakan produk *smartphone* diantaranya kualitas produk dan harga. Saat ini, sangat banyak merek *smartphone* yang beredar dikalangan masyarakat salah satunya adalah *smartphone* merek Samsung.

Samsung adalah perusahaan pembuat perangkat elektronik terbesar di dunia dan merupakan ikon dari Samsung Group yang termasuk konglomerasi terbesar di Korea Selatan dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Samsung memulai sejarahnya pada tahun 1938 awalnya sebagai perusahaan trading, mengirimkan ikan kering serta buah-buahan dan didirikan oleh Lee Byung-Chul.

Persaingan yang ketat antara para produsen *smartphone* menuntut Samsung untuk melakukan perubahan-perubahan dan responsif terhadap kebutuhan konsumen agar mampu bersaing dalam lingkungan persaingan yang tinggi. Dengan demikian, diperlukan produk yang memiliki kualitas terbaik dan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan untuk dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan pembelian ulang konsumen.

Pada umumnya, pengertian kualitas produk Kotler dan Armstrong (2015), Kualitas produk adalah suatu produk dalam bentuk barang atau jasa yang memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen secara fisik maupun psikologis yang menunjukkan pada peralatan atau bahan dalam suatu produk. Kualitas produk sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis, memberikan kualitas yang baik, mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen dan diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Produk-produk dengan kualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen menjadi loyal dan senantiasa mencari produk dan melakukan keputusan pembelian terhadap barang tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016), Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah sejumlah nilai uang yang ditentukan sebagai alat ukur nilai suatu barang untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk atau jasa. Harga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Harga akan membantu para pembeli untuk memutuskan jenis barang dan jasa yang akan dibelinya.

Menurut Yunni Rusmawati (2019), Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengintegrasian yang digabung untuk mengevaluasi serta menilai beberapa perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan kepercayaan konsumen pada suatu produk sehingga muncul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang dilakukan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian yaitu pilihan merek.

Kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Nurmin Arianto & Adzmi Fahmi Albani (2018) yang berpendapat bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lainnya adalah penelitian Berliandini Isra Novananda, dkk (2021) yang berpendapat bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk dan harga merupakan salah satu faktor penting sebelum melakukan pengambilan keputusan pembelian pada suatu produk, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung, untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan dapat memberikan masukan bagi Counter Smartphone dalam meningkatkan kuantitas pada penjualan Smartphone dan keputusan pembelian dengan faktor-faktor yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Distrik Manokwari Barat, Kabupaten Manokwari, Provinsi Papua Barat. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan permasalahan asosiatif.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini dari populasi sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini teknik sampel *non probability sampling* yang digunakan adalah *snowball sampling*.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara kepada pengguna *smartphone* Samsung. Kuesioner yang akan digunakan berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga melalui *google form* yang dibagikan kepada konsumen yang menggunakan dan pernah menggunakan *smartphone* Samsung selama minimal 1 tahun. Sedangkan data sekunder dalam penelitian menggunakan data sekunder berupa *website*, jurnal pendukung, katalog *smartphone* Samsung di Manokwari, dan sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner.

Skala pengukuran dalam penelitian menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2018), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai 5 kategori penilaian, antara lain: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), kurang setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2) dan sangat tidak setuju (skor 1).

Adapun metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Uji Validitas. Menurut Imam Ghozali (2016) uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner.
2. Uji Reliabilitas. Menurut Sugiyono (2018) uji reliabilitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji jawaban responden dengan derajat konsistensi dan stabilitas data terhadap pernyataan.
3. Uji Normalitas. Menurut Ghozali (2016) uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.

4. Uji Multikolinieritas. Menurut Marsella & Nancy (2021) uji multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna.
5. Uji Heteroskedastisitas. Menurut Marsella & Nancy (2021) uji heteroskedastisitas adalah varian yang tidak sama pada semua pengamatan dimana metode regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi yang lain.
6. Uji Analisis Regresi Berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Rumus yang digunakan dalam uji ini adalah :
$$Y = \alpha + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2 + e$$
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2). Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Koefisien determinasi adalah suatu ukuran kesesuaian garis regresi terhadap data yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
8. Uji Parsial (Uji T). Menurut Ghozali (2016) uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat.
9. Uji Simultan (Uji F). Menurut Ghozali (2016) uji simultan bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|--------------------------------|------|----------|---------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | X1.1 | 0,731 | 0,1966 | Valid |
| | X1.2 | 0,664 | 0,1966 | Valid |
| | X1.3 | 0,668 | 0,1966 | Valid |
| | X1.4 | 0,665 | 0,1966 | Valid |
| | X1.5 | 0,677 | 0,1966 | Valid |
| | X1.6 | 0,660 | 0,1966 | Valid |
| Harga (X2) | X2.1 | 0,816 | 0,1966 | Valid |
| | X2.2 | 0,723 | 0,1966 | Valid |
| | X2.3 | 0,716 | 0,1966 | Valid |
| | X2.4 | 0,783 | 0,1966 | Valid |
| | X2.5 | 0,721 | 0,1966 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y.1 | 0,666 | 0,1966 | Valid |
| | Y.2 | 0,466 | 0,1966 | Valid |
| | Y.3 | 0,699 | 0,1966 | Valid |
| | Y.4 | 0,810 | 0,1966 | Valid |
| | Y.5 | 0,744 | 0,1966 | Valid |

Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah 100 responden, dengan *degree of freedom* (df) = $100-2 = 98$. Sehingga diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,1966 dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05.

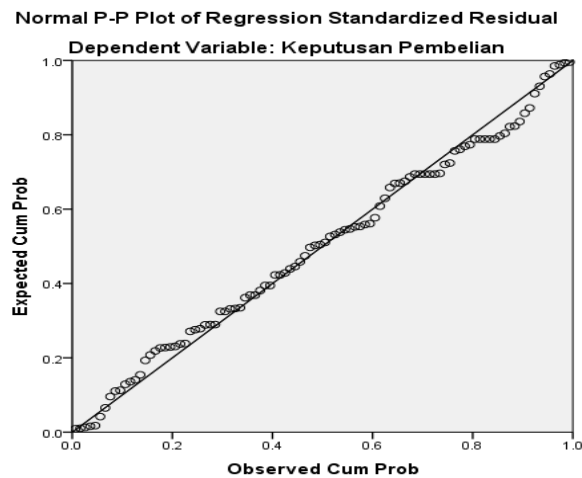
Dari hasil uji validitas, diketahui bahwa seluruh pernyataan kuesioner dalam penelitian ini mempunyai nilai r-hitung > nilai r-tabel yaitu sebesar 0,1966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian dinyatakan telah valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | 0,756 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,800 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,716 | Reliabel |

Dari hasil uji validitas, diketahui bahwa seluruh pernyataan kuesioner dalam penelitian ini mempunyai nilai cronbach's alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan Grafik Normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*:



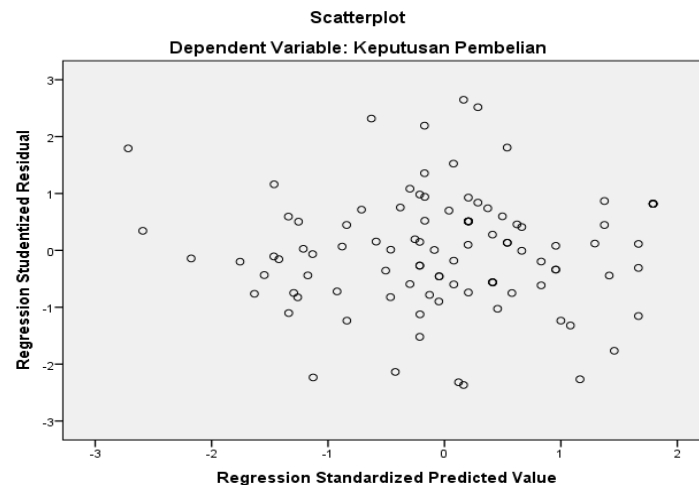
Gambar 1.
Hasil Uji Normalitas

Dari hasil uji normalitas pada Gambar 1. diatas dapat dilihat bahwa data atau titik-titik menyebar berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 3.
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| Kualitas Produk | 0,663 | 1,508 |
| Harga | 0,663 | 1,508 |

Dari hasil uji multikolinieritas, diketahui bahwa setiap variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 2.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada Gambar 2. diatas bahwa titik-titik menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol dari sumbu X maupun sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Tabel 4.
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | <i>Unstandardized</i> | | <i>Standardized</i> | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------|------------|---------------------|-------|------|
| | | <i>Coefficients</i> | | <i>Coefficients</i> | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.596 | 1.526 | | 1.046 | .298 |
| | Kualitas Produk | .340 | .075 | .375 | 4.553 | .000 |
| | Harga | .451 | .080 | .467 | 5.667 | .000 |

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda pada Tabel 4 diatas dilihat hasil koefisien regresi (β), maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,596 + 0,340X_1 + 0,451X_2 + 1,526$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 1,596 menunjukkan bahwa konstanta berpengaruh positif dimana jika kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sama dengan nol maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,596.
2. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X_1) sebesar 0,340 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang positif. Dimana jika variabel kualitas produk

(X1) mengalami kenaikan satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,340.

3. Nilai koefisien regresi harga (X2) sebesar 0,451 yang menunjukkan bahwa variabel harga (X2) mempunyai pengaruh yang positif. Dimana jika variabel harga (X2) mengalami kenaikan satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,451.
4. Nilai standar error untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi sehingga didapat nilai e sebesar 1,526.

Tabel 5.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .750 ^a | .563 | .554 | 2.41072 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,563, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian sebesar 56,3% sedangkan sisanya sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 6.
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.596 | 1.526 | | 1.046 | .298 |
| Kualitas Produk | .340 | .075 | .375 | 4.553 | .000 |
| Harga | .451 | .080 | .467 | 5.667 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil uji parsial (Uji t) pada Tabel 6 diatas akan dibandingkan melalui nilai t-hitung dan nilai signifikansi (α). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah 100 responden, dengan *degree of*

freedom (df) = 100-3 = 97. maka diperoleh t-tabel sebesar 1,98472 dibulatkan 1,985 dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05. Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu $4,553 > 0,1985$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima yang artinya variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Hasil uji parsial antara harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu $5,667 > 0,1985$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima yang artinya variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 7.
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 725.440 | 2 | 362.720 | 62.414 | .000 ^b |
| | Residual | 563.720 | 97 | 5.812 | | |
| | Total | 1289.160 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Dari hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan F-hitung sebesar 62,414 dengan nilai signifikansi 0,000.

Berdasarkan F-tabel dengan nilai signifikansi (α) = 0,05 pada derajat keberhasilan df_1 ($k-1$) = 3-1 = 2 dan df_2 = (n-k) = 100-3 = 97, sehingga nilai F-tabel yang didapatkan ialah 3,090187 dibulatkan 3,091.

Hasil dari pengujian secara simultan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $62,414 > 3,091$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

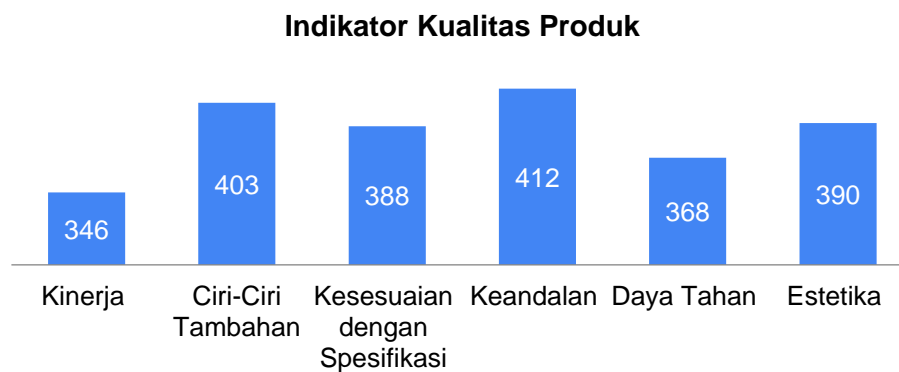
PEMBAHASAN.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memperoleh nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu $4,553 > 0,1985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu

$0,000 < 0,05$. Dimana nilai ini menunjukkan bahwa $H0_1$ di tolak dan Ha_1 diterima yang artinya kualitas produk (X1) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat diketahui dari hasil pembahasan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat. Artinya apabila kualitas produk yang diberikan semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Penjelasan lebih rinci bisa dilihat melalui jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan kualitas produk, sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik Indikator Kualitas Produk

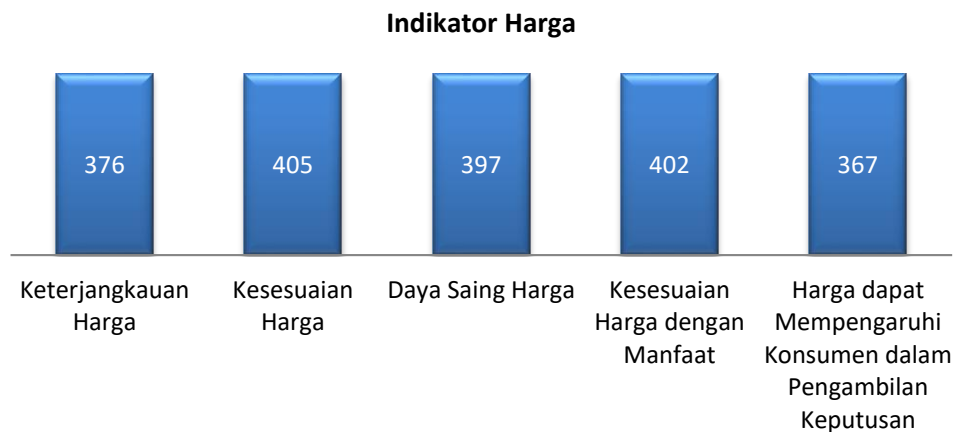
Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa dari keenam indikator tersebut, indikator keandalan dengan pernyataan “Saya membeli *smartphone* Samsung yang saya pilih karena kualitas produk yang dijanjikan sesuai dengan manfaat yang saya butuhkan” memiliki total jawaban paling tinggi. Artinya bahwa masyarakat di Distrik Manokwari Barat ketika akan melakukan keputusan pembelian terhadap *smartphone* Samsung yang pertama diperhatikan adalah keandalan yang ditawarkan pada *smartphone* Samsung. Hal ini dibuktikan oleh jawaban responden pada grafik indikator kualitas produk diatas yang memiliki nilai sebesar 412.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X2) memperoleh nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu $5,667 > 0,1985$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dimana nilai ini menunjukkan bahwa $H0_1$ di tolak dan Ha_1 diterima sehingga harga (X2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat diketahui dari hasil pembahasan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik

Manokwari Barat. Artinya semakin kompetitif dan sesuai harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi dampak dalam mempengaruhi keputusan pembelian

Penjelasan lebih rinci bisa dilihat melalui jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan harga, sebagai berikut:



Gambar 4. Grafik Indikator Harga

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa dari kelima indikator tersebut, indikator kesesuaian harga dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan” yang memiliki nilai paling tinggi sebesar 405. Artinya bahwa masyarakat di Distrik Manokwari Barat ketika akan melakukan keputusan pembelian terhadap *smartphone* Samsung yang menjadi pertimbangan dalam indikator harga adalah kesesuaian harga pada produk yang ditawarkan kepada konsumen.

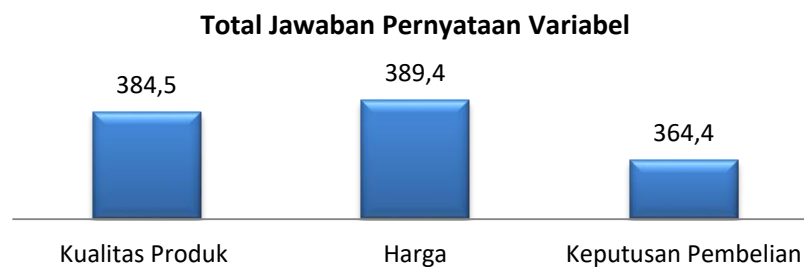
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budhianti & Anjarwati (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Redmi 1S (Studi pada Pengunjung WTC Surabaya) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. Artinya semakin bagus kualitas produk *smartphone* Samsung yang ditawarkan maka harganya pun akan mengalami peningkatan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) memperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $62,414 > 3,091$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dimana nilai ini menunjukkan $H0_1$ di tolak

dan H_{a1} diterima maka kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat diketahui bahwa kedua variabel yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kualitas produk semakin ditingkatkan dan harga kompetitif serta disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan maka akan berdampak terhadap kenaikan keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

Penjelasan lebih rinci bisa dilihat melalui total jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner tentang kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, sebagai berikut:



Gambar 5. Total Jawaban Pernyataan Variabel

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa total jawaban responden paling tinggi pada variabel harga. Sedangkan untuk total jawaban paling rendah pada variabel keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan produk yang lain namun tidak menutup kemungkinan konsumen akan mengambil keputusan pembelian untuk memilih produk lain dibandingkan *smartphone* Samsung. Sehingga antara kualitas produk dan harga harus seimbang agar menarik konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung tanpa ragu-ragu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianto & Albani (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. Penelitian ini juga dilakukan oleh Novananda, Suyatno, & Puspa (2021) yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat. Dilihat dari hasil analisis dan pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu:

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat. Artinya apabila kualitas produk yang diberikan semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin tinggi terhadap pembelian *smartphone* Samsung.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat. Artinya semakin kompetitif dan sesuai harga yang ditawarkan maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Distrik Manokwari Barat. Artinya jika kualitas produk semakin ditingkatkan dan harga produk kompetitif serta disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan maka berdampak terhadap kenaikan keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka peneliti memberikan rekomendasi bagi perusahaan *smartphone* Samsung harus meningkatkan kualitas produk dengan memperhatikan kinerja yang ditawarkan pada setiap tipe *smartphone* Samsung agar meningkatkan keputusan pembelian dan memperhatikan harga ditawarkan sesuai dengan kualitas produk agar dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pada *smartphone* Samsung.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel-variabel lain (seperti citra merek, promosi, *impulse buying*, *electronic word of mouth*, desain produk, dan lain-lain) dengan objek penelitian yang berbeda agar penelitian ini dapat digeneralisasi dan tetap berlanjut.

DAFTAR REFERENSI

- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jurnal Ilmiah Manajemen FORKAMMA*, 1-14.
- Armstrong, & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hall Twelfth edition. England: Pearson Education, Inc.
- Budhianti, A. C., & Anjarwati, A. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi 1S (Studi pada Pengunjung WTC Surabaya). *Ilmu Manajemen*, 1-9.
- DJ, Y. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Karanggeneng Lamongan). *Media Mahardhika*, 463-467.
- Farida, Y., & Lamsah & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani, Auliya, N. H., & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: CV. Pustaka Ilmu.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maria Daeng, I. T., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Acta Diurna*, 1-15.
- Marsella, I., & Nancy, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple di Ibox Gandaria City. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 47-61.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Novananda, B. I., Suyatno, A., & Puspa, R. Y. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Studi Pada Masyarakat Wonogiri. *HUBISINTEK*, 858-866.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal Of Management*, 153-168.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta .
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Manado. *Jurnal EMBA*, 919-928.
- Widyastuti, S. (2017). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.