

**ANALISIS PENGARUH DESAIN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG**

(Studi Pada Mahasiswa FEB UMS)



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh:

PUSPITA LAVETIAN

NIM B100110335

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH DESAIN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis oleh:

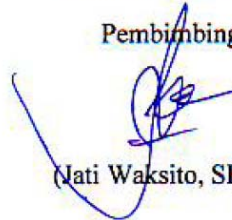
PUSPITA LAVETIAN

B 100110335

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima:

Surakarta, Juni 2015

Pembimbing



(Jati Waksito, SE.,M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE.,M.Si)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *handphone Samsung*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *handphone Samsung*. Sampel diambil sebanyak 100 orang responden mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner yang telah diisi oleh responden. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), analisis data (Analisis regresi linear berganda, Uji t, Uji -F dan Uji koefisien determinasi (R^2)).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Desain, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Selain itu Desain (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 37,6% sedangkan sisanya 62,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Desain, Kualitas Produk, Harga.

PENDAHULUAN

Persaingan akan menempatkan pemasar mengharuskan perusahaan untuk selalu mengembangkan produk-produk baru dan merebut *market share* karena merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk *handphone Samsung*. Menurut Pater dan Olson (2000) Keputusan pembelian adalah proses memilih dalam pembelian yang mengkombinasi pengetahuan untuk memilih dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Dalam menggunakan suatu produk biasanya konsumen mempertimbangkan segi produk yang ditawarkan perusahaan, Kosumen mempertimbangkan segi produk yang dilihat dari segi bentuk, desain dan harga yang disesuaikan dengan kualitas dan keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk merangsang respon pasar yang lebih kuat. Harga yang terjangkau bagi mahasiswa merupakan hal yang sensitif terhadap pembelian suatu produk.

Secara langsung harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan perpindahan konsumen melakukan pembelian karena harga yang relatif tinggi akan membuat konsumen cenderung sulit membelinya dan konsumen harus berpikir bagaimana mereka bisa mendapatkan kualitas produk yang baik. American Association dalam Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Tampilan atau desain produk yang diciptakan dalam produk handphone memiliki fungsi untuk memikat konsumen. Dengan adanya desain yang menarik dan inovatif diharapkan akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk *handphone Samsung* tersebut yang dilihat dari bentuk, model, warna dan berbagai fitur-fiturnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dengan demikian peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung “ (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)** .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan hipotesis bahwa Desain, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna *handphone Samsung* pada kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan dengan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan (*judgement sampling*). Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh responden . Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis lainnya meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji

Asumsi Klasik, Uji Hipotesis melalui Uji F dan Uji t, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t_{hitung}	P value
Konstanta	1,456	2,071	0,703	0,484
Desain	0,277	0,111	2,485	0,015
Kualitas Produk	0,277	0,117	2,371	0,020
Harga	0,302	0,108	2,801	0,006
R	0,629			
$R_{Squared}$	0,395			
F_{hitung}	20,902			
Probabilitas F	0,000			

Sumber : Data primer diolah, 2015.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, persamaan regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = 1,456 + 0,277 X_1 + 0,277 X_2 + 0,302 X_3 + e$$

Keterangan :

- Nilai konstanta sebesar 1,456 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel desain, kualitas produk dan harga konstan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 1,456.

- b. Koefisien regresi variabel desain (X_1) bernilai positif sebesar 0,277, hal ini menunjukkan bahwa desain mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan pembelian. Artinya jika desain semakin baik, maka mengakibatkan keputusan pembelian juga semakin tinggi, dan sebaliknya.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) bernilai positif sebesar 0,277, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kualitas produk semakin baik, maka mengakibatkan keputusan pembelian juga semakin tinggi dan sebaliknya.
- d. Koefisien regresi variabel harga (X_3) bernilai positif sebesar 0,302, hal ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan pembelian. Artinya jika harga semakin baik, maka mengakibatkan keputusan pembelian juga semakin tinggi dan sebaliknya.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

a. Desain (X_1)

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa variabel desain memiliki t_{hitung} sebesar $2,485 > t_{tabel} 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,015 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Kualitas Produk

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar $2,371 > t_{tabel}$ $1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari $0,05$ ($0,020 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Harga (X_3)

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa variabel harga memiliki t_{hitung} sebesar $2,801 > t_{tabel}$ $1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari $0,05$ ($0,006 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.12
Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Keterangan
Desain Kualitas Produk Harga	20,902	2,68	0,000	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai F_{hitung} sebesar $20,902 > F_{tabel}$ sebesar $2,68$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari pada $0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga bisa dikatakan bahwa desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama berpengaruh.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil olah data diperoleh angka koefisien determinasi atau *Adjusted R^2* sebesar 0,376. Hal ini berarti variabel desain, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 37,6% . Sementara sisanya sebesar 62,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini. Dalam tabel 4.11 diketahui bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel harga karena koefisien regresi 0,302 merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan variabel independen yang lain.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pengaruh desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian handphone *Samsung* diketahui bahwa pengujian asumsi klasik tidak ada masalah normalitas, multikolonieritas dan heteroskedastisitas, yang berarti bahwa dalam penelitian ini tidak bias.

Dari hasil analisis data yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel desain (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $2,485 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,015 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari analisis data yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $2,371 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,020 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Dari analisis data yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $2,801 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari hasil koefisien regresi, variabel harga mempunyai pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan variabel yang lain yaitu sebesar 0,302.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis pengaruh desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi adalah $Y = 1,456 + 0,277 X_1 + 0,277X_2 + 0,302X_3 + e$. Dilihat dari hasil persamaan regresi maka dapat diketahui variabel harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,302. Merupakan nilai yang besar dibandingkan dengan variabel independen lainnya, Hal

tersebut membuktikan bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.

2. Berdasarkan Uji t diketahui bahwa variabel desain (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar $2,485 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,015 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar $2,371 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,020 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga (X_3) memiliki t_{hitung} sebesar $2,801 > 1,984$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $20,902 > F_{tabel}$ sebesar 2,68 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. sehingga bisa dikatakan bahwa desain (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) .
4. Nilai Koefisien determinasi *Adjusted R₂* adalah sebesar 0,376 . Hal ini berarti bahwa desain (X_1), kualitas produk (X_2), Harga(X_3) dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 37,6% sedangkan sisanya 62,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Saran

Dengan adanya keterbatasan dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, diharapkan agar melakukan peningkatan dari segi desain, kualitas produk dan harga dengan melakukan riset dan melakukan penelitian yang lebih akurat lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain ekuitas merek, asosiasi merek, loyalitas merek atau kesadaran merek. Peneliti berikutnya juga diharapkan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali hipotesis dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Nickels, McHugh, dkk. 2010. *Pengantar Bisnis*, edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat
- Haryono, Sigit, dkk. “ *Analisis Beberapa Atribut Produk dan Bauran Promosi Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*”. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol1 No. 2 Agustus 2003.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani, (2000), *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi pertama, BPFY Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy., 2001, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Evelina, neta dkk. 2012 “ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi”.
Diponegoro Journal of Social and Politic. Hal 1-11

Swastha, Basu dan Irawan 2011, Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta:
Liberty.

Ghozali, Imam. 2005. Metode Penelitian Multivariate dengan Progam SPSS.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta:
Erlangga.

Kotler dan Amstrong, Yudhi. 2008. “ Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1,No.3, Juni.