

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
SMARTPHONE DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN
AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
ANGKATAN 2013**



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Akuntansi

Diajukan Oleh:

Fitria Isnaini

A 210 110 137

Kepada:

PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

JULI, 2015

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
SMARTPHONE DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN
AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
ANGKATAN 2013**

Diajukan Oleh:

FITRIA ISNAINI

A 210 110 137

Artikel publikasi ini telah disetujui oleh pembimbing skripsi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Muhammadiyah Surakarta untuk dipertanggungjawabkan di
hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, Juli 2015



Prof. Dr. Harsono, SU

NIK. 232



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani, Tromol Pos I, Pabelan, Kartasura, Telp. (0271) 71417, 719483 Fax.
715448 Surakarta 57102 Website: www.ums.ac.id Email: ums@ums.ac.id

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : Prof. Dr. Harsono, SU
NIK : 232

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Fitria Isnaini
NIM : A 210 110 137
Program Studi: Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI SMARTPHONE DI KALANGAN MAHASISWA
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA ANGKATAN 2013.

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.
Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 06 Juli 2015
Pembimbing,

Prof. Dr. Harsono, SU
NIK. 232

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA ANGKATAN 2013

Fitria Isnaini dan Harsono

Program Studi Pendidikan Akuntansi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Email: fitri.isnaini4848@gmail.com

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013; 2) Pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013; 3) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013.

Jenis penelitian ini kuantitatif, dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Sampel penelitian sebanyak 114 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan metode angket. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier ganda, uji t, uji F, uji R^2 , serta sumbangan relatif dan efektif.

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan: $Y=2,265+0,502X_1+0,462X_2$. Uji t pertama memperoleh $t_{hitung}>t_{tabel}$, yaitu $6,159 > 1,982$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan sumbangan efektif 46,5%. Uji t kedua memperoleh $t_{hitung}>t_{tabel}$, yaitu $5,694 > 1,982$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan sumbangan efektif sebesar 42,9%. Uji F memperoleh $F_{hitung}> F_{tabel}$ yaitu $468,984 > 3,078$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji R^2 diperoleh hasil sebesar 0,894. Kesimpulan: 1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013 ; 2) Pengalaman Harga berpengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013; 3) Kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. Besarnya pengaruh penguasaan teknologi informasi komunikasi dan pengalaman mengajar sebesar 89,4%.

Kata Kunci: minat beli smartphone, kualitas produk, dan harga

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi semakin gencar dilakukan, tujuannya untuk memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalankan aktivitas keseharian. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi menyatakan bahwa “penyelenggaraan telekomunikasi mempunyai arti strategis dalam upaya memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, memperlancar kegiatan pemerintah, mendukung terciptanya pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta meningkatkan hubungan antar bangsa”.

Seiring perkembangan zaman, kebutuhan dan keinginan konsumen semakin berkembang. Mereka tidak puas hanya dengan fitur-fitur standar komunikasi, melainkan juga fitur-fitur canggih yang dapat mempermudah aktivitas keseharian konsumen. Guna menjawab tantangan tersebut, maka mulai muncul produk *smartphone* di dunia. “Telepon cerdas (*smartphone*) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi menyerupai komputer (www.wikipedia.org, 2015)”. Berbagai merek *smartphone* dengan beragam variasi serta berbagai kualitas dan harga membuat masyarakat memiliki semakin banyak pilihan untuk melakukan pembelian *smartphone*.

Menurut Assauri (2013: 122) “motif pembelian perlu diketahui oleh para tenaga dan pimpinan pemasaran atau produsen, agar dapat ditetapkan strategi produk khususnya dan strategi pemasaran umumnya secara tepat terarah kepada pembeli atau konsumen yang menjadi sasaran pasar”. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selanjutnya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang, serta mampu berkompetisi dengan para pesaingnya dalam lingkungan bisnis yang berubah secara cepat, manajemen harus menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang relatif terjangkau. Ini merupakan tantangan bagi pemasar untuk terus memperbaiki posisi mereknya dipasar. Sehingga pesaing produk serupa

atau sejenis akan kesulitan untuk menggeser ketenaran dari produk yang ditawarkan.

Rumusan masalah ini adalah: 1) Adakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013?; 2) Adakah pengaruh harga terhadap minat beli *smrtphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013?; 3) Adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013?

Menurut Cronin, et.al (Pratama, 2014), “minat beli adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap kualitas produk atau jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut”. Konsumen dimanapun dan kapanpun akan dihadapkan dengan sebuah keputusan pembelian. Diman konsumen akan membandingkan atau mempertimbangkan satu barang dengan barang lainnya untuk mereka konsumsi.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli : 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Penilaian Alternatif, 4) Keputusan pembelian, 5) Perilaku setelah membeli.

Dalam kutipan menurut Kotler(Yusup, 2011) yang oleh peneliti dijadikan indikator minat beli adalah :

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Penilaian alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku setelah membeli

Menurut Abdullah dan Tantri (2014: 159)”mutu adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi”. Mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Menurut Kotler dan Armstrong (Annafik, 2012: 17) “kualitas adalah karakteristik dari produk dalam

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten”.

Indikator yang mempengaruhi kualitas produk diambil dari teori Garvin (Yusup, 2011) adalah: 1) Dimensi *performance* atau kinerja produk, 2) Dimensi *reliability* atau keterandalan produk, 3) Dimensi *feature* atau fitur produk, 4) Dimensi *durability* atau daya tahan, 5) Dimensi *Conformace* atau kesesuaian, 6) Dimensi *Service ability* atau kemampuan diperbaiki, 7) Dimensi *Aesthetic* atau keindahan tampilan produk, 8) Dimensi *preceived quality* atau kualitas yang dirasakan.

Menurut Swasth (Yusup, 2011) “mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”. Menurut Kotler (Herlambang, 2014: 47) “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa”. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Indikator yang mempengaruhi harga diambil dari teori Stanton (Yusup, 2011) adalah: 1) Keterjangkauan harga, 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) Daya saing harga, 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu: 1) Ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013; 2) Ada pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013; 3) Ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013 yang berjumlah 170. Sampel penelitian sebanyak 114 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan metode angket dan dokumentasi. Sebelum angket disebar, angket diuji cobakan terlebih dahulu. Tujuan uji coba angket untuk mengetahui apabila terdapat kelemahan pada angket dan hal-hal yang menyulitkan responden serta untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur yang telah disusun memiliki validitas dan reliabilitas. Subyek uji coba angket adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta sejumlah 20 orang yang bukan anggota sampel.

Teknik uji prasyarat analisis terdiri dari uji normalitas dan linieritas. Uji tersebut untuk menguji apakah data sebaran berbentuk normal atau tidak serta setiap variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak.

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier ganda, uji t, uji F, uji R^2 , serta sumbangan relatif dan efektif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap minat beli *smartphone*. Hal ini dapat dilihat pada persamaan regresi linier ganda sebagai berikut $Y=34,662+0,392X_1+0,271X_2$, persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli *smartphone*. Dari hasil analisis data diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,894 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013, adalah sebesar 89,4% sedang sisanya sebesar 10,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli *smartphone*. Berdasarkan hasil uji t, untuk variabel kualitas produk (b_1) diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $6,159 > 1,982$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$, dengan sumbangan relatif sebesar 52% dan sumbangan efektif sebesar $46,5\%$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan semakin baik kualitas produk akan semakin tinggi minat beli *smartphone*. Sebaliknya semakin rendah (tidak baik) kualitas produk, maka semakin rendah pula minat beli *smartphone*. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat beli *smartphone*. Berdasarkan hasil uji t, untuk variabel harga (b_2) diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $5,694 > 1,982$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$, dengan sumbangan relatif sebesar 48% dan sumbangan efektif sebesar $42,9\%$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan semakin terjangkau harga akan semakin tinggi minat beli *smartphone*. Sebaliknya semakin tidak terjangkau harga, maka semakin rendah pula minat beli *smartphone*. Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013.

Dari hasil perhitungan uji keberartian regresi linier ganda atau uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $468,984 > 3,078$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$. Hal ini berarti kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli *smartphone*. Berdasarkan pada simpulan tersebut dapat dikatakan bahwa kecenderungan peningkatan kombinasi kualitas produk dan harga akan diikuti peningkatan minat beli *smartphone*. Sebaliknya kecenderungan penurunan kombinasi kualitas produk dan harga akan diikuti penurunan minat beli *smartphone*. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone*, namun ada beberapa kelemahan penelitian yang diantaranya: Metode pengumpulan data yang digunakan hanya angket atau skala sehingga kurang dapat mengungkap secara mendalam gejala psikologis yang tidak nampak dalam diri individu, oleh karena itu peneliti selanjutnya perlu melengkapi dengan teknik pengumpulan data yang lain, misalnya dengan teknik observasi, wawancara atau psikotest. Sehingga akan lebih dapat mengungkap secara mendalam kondisi psikologis subjek yang hendak diteliti.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. Berdasarkan hasil analisis linier berganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,159 > 1,982$ dan nilai signifikansi $< 0,005$ yaitu $0,000$ dengan sumbangan efektif sebesar $46,5\%$.
2. Ada pengaruh harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. Berdasarkan hasil analisis linier berganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,694 > 1,982$ dan nilai signifikansi $< 0,005$ yaitu $0,000$ dengan sumbangan efektif sebesar $42,9\%$.
3. Ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. Berdasarkan hasil analisis variansi regresi linier berganda (uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $468,984 > 3,078$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,894$ menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah

Surakarta Angkatan 2013, adalah sebesar 89,4% sedang 10,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah dan Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo Persada.

Annafik, Aldaan Faikar. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)”. *Skripsi*. Dipublikasikan. Semarang: UNDIP.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.

Pratama, Rizky Anugerah. 2014. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia (Studi Pada Konsumen Smartphone di Kota Semarang)”. *Skripsi*. Dipublikasikan. Semarang: UNDIP.

Undang- Undang RI No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi.
<http://www.postel.go.id/content/ID/regulasi/frekuensi/uu/uu-ri-no-36-1999.pdf>. Diakses tanggal 7 Maret 2015 pukul 09.30.

Wikipedia Bahasa Indonesia. 2015. *Ponsel Cerdas*.
http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas. Diakses tanggal 24 Maret 2015 pukul 21.16.

Yusup, Muhammad. 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)”. *Skripsi*. Dipublikasikan. Semarang: UNDIP.