

**PENGARUH HARGA DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HANDPHONE ATAU SMARTPHONE  
BERSISTEM OPERASI ANDROID**

(Study kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



**Naskah Publikasi**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh :**

**WIGIT WIGATI**

**B100100100**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2015**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul :

**PENGARUH HARGA DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HANDPHONE ATAU SMARTPHONE BERSISTEM  
OPERASI ANDROID (Studi kasus pada mahasiswa Universitas  
Muhammadiyah Surakarta)**

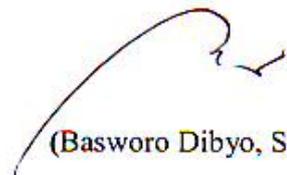
Yang telah disusun oleh :

**WIGIT WIGATI**

**B100100100**

Penantatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2015  
Pembimbing

  
(Basworo Diby, SE.,Msi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

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

## ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan untuk mengetahui pengaruh Fitur terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dalam penentuan sampel ini hanya digunakan beberapa sampel saja mengingat jumlah populasi dari sampel tersebut besar, sehingga peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis uji t diketahui harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel fitur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis uji F diperoleh hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $25,222 > 4,00$ ), maka  $H_0$  ditolak, berarti secara bersama-sama variabel harga dan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil analisis uji koefisien determinasi diperoleh Adjusted R square ( $R^2$ ) sebesar 0,329, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan fitur sebesar 32,8%. Sedangkan sisanya sebesar 67,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Harga, Fitur dan Keputusan Pembelian

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Belakangan ini, dunia dipenuhi dengan pesatnya industri telekomunikasi yang menjadi tolak ukur akan kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Telepon genggam (ponsel) merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Merek-merek baru banyak bermunculan di dunia Telepon genggam dan saling berlomba menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk bisa bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen dan memahami kebutuhan konsumen. Maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan yang lebih pada konsumen.

Perusahaan harus mampu membaca keinginan konsumen sebelum mereka memproduksi produk mereka agar produk yang diproduksi tersebut dapat diminati oleh banyak konsumen dan mereka memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Perilaku konsumen menurut Ujang Sumarwan (2011:5) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (handphone) atau smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis-jenis handphone atau smartphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung setiap kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun dalam hal yang lain.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh Fitur terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi android di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

### **Sistematika Penulisan**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka tentang landasan teori. Selain itu dalam bab ini juga akan dijabarkan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan membahas tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel yang digunakan, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### **BAB IV : ANALISIS DATA**

Bab ini menguraikan pengujian berdasarkan data yang diperoleh. Pada bab ini juga akan dilakukan pengujian kuesioner yang meliputi validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis yang meliputi regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Pada bab ini juga akan dijabarkan mengenai implikasi manajerial.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Bab ini merupakan pokok analisis yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat dan memberikan saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Dian Ayu Puspita Ardy dari Universitas Negeri Surabaya pada tahun 2013 dengan judul penelitian Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300 di WTC Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Gaya hidup, fitur dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 di WTC Surabaya secara bersama-sama sebesar 72,6%, sedangkan sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
2. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300  
( Studi di WTC Surabaya) dan memiliki nilai-nilai koefisien regresi 0,210
3. Fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300  
(Studi di WTC Surabaya) dan memiliki nilai koefisien regresi 0,201
4. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300  
(Studi di WTC Surabaya) dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.147.

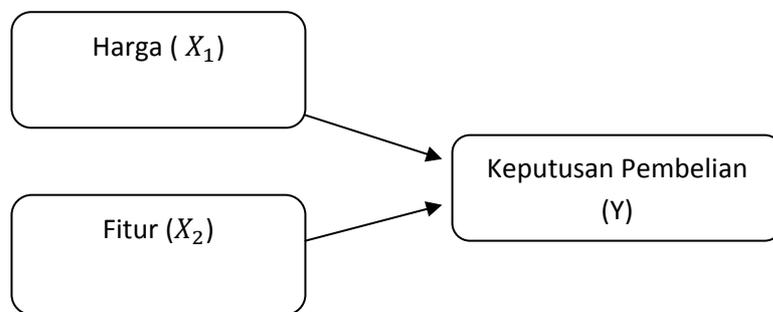
## **HIPOTESIS**

1. Variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi Android
2. Variabel fitur berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone bersistem operasi Android

## KERANGKA PEMIKIRAN

Untuk memperjelas jalannya pelaksanaan penelitian dan mempermudah dalam penganalisaan, maka perlu dijelaskan kerangka pemikiran sebagai pedoman dalam pembahasan. Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan dalam suatu bagan sebagai berikut :

Kerangka pemikiran



Keterangan :

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga dan fitur. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Sumber Data Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi

Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan handphone atau smartphone bersistem operasi Android. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ada beberapa teknik yang bisa digunakan dalam pengambilan sampel pertama ada *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama pada setiap unsur populasi untuk dipilih menjadikan anggota sampel. Dan yang kedua ada *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan yang ketiga ada *Convenience sampling* maksudnya mengambil sampel yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan. Sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dalam penentuan sampel ini hanya digunakan beberapa sampel saja mengingat jumlah populasi dari sampel tersebut besar, sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi

## **1. Sumber data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder diuraikan sebagai berikut :

### **a. Data Primer**

Data diperoleh dari sumber data secara langsung oleh peneliti yang berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Dalam penelitian ini data

primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 pembeli handphone atau smartphone bersistem operasi Android di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Menurut pendapat Roscoe dalam Salamatin A (2005) menyatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada sebagian penelitian dianggap sudah mewakili penelitian.

## **2. Jenis Data**

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

### **a. Data Kuantitatif**

Data kualitatif adalah data yang berbentuk angka berupa angka atau skor untuk dikumpulkan dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah berupa.

- 1) Tanggapan konsumen tentang harga Handphone Bersistem Operasi Android di Universitas Muhammadiyah Surakarta
- 2) Tanggapan konsumen tentang fitur Handphone Bersistem Operasi Android di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- 3) Tanggapan konsumen tentang minat beli Handphone Bersistem Operasi Android di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk di isi oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan(respon) atas-atau, menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Hasan (2002). Dalam kuesioner terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert* (1-5) yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju (STS) : diberi bobot/skor 1
2. Tidak setuju (TS) : diberi bobot/skor 2
3. Netral (N) : diberi bobot/skor 3
4. Setuju (S) : diberi bobot/skor 4
5. Sangat setuju (SS) : diberi bobot/skor 5

Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut berpengaruh positif pada keputusan pembelian

## **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t diketahui harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian atau karena  $t_{sig} (0,000)$  lebih kecil dari  $0,05 (\alpha)$ . Variabel fitur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian atau karena  $t_{sig} (0,000)$  lebih kecil dari  $0,05 (\alpha)$ .
2. Hasil analisis uji F diperoleh hasil  $F_{hitung} > F_{tabel} (25,222 > 4,00)$ , maka  $H_0$  ditolak, berarti secara bersama-sama variabel harga dan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil analisis uji koefisien determinasi diperoleh Adjusted R square ( $R^2$ ) sebesar  $0,329$ , berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga ( $X_1$ ), dan fitur ( $X_2$ ) sebesar  $32,8\%$ . Sedangkan sisanya sebesar  $67,1\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini terbatas pada sampel yang diteliti yaitu hanya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Penelitian ini terbatas pada jumlah sampel yang diteliti yaitu 100 responden

## **C. Saran**

1. Bagi handphone atau smartphone yang bersistem operasi android memperbaiki sistem fitur agar konsumen atau mahasiswa lebih tertarik karena fitur yang digunakan komplit.
2. Bagi penelitian mendatang sebaiknya menambah variabel yang diteliti yaitu tidak hanya harga dan fitur dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

## **Daftar Pustaka**

- Akbar, Kurnia. 2013. "Analisis Pengaruh Harga, Brand Image dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Atau Smartphone Samsung Jenis Android". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Ardy, Dian Ayu Puspita. 2013."Pengaruh Gaya, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300". Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 1: 223 – 233.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Enam Jakarta : Rieneka Cipta.
- Arikuntu, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Tujuh Jakarta : Rieneka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Mutivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kosasih, Fadili, Dadan Ahmad dan Fadilah Nurul. 2013."Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Dealer Arista Johar". Jurnal Manajemen vol.10 No 3: 1135 – 1148.
- Purwanti, Setiawan, Heri, Rohmawati. 2012. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat". Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius) vol, 2 No. 3 : 260 – 277.
- Tan, Erwin Rediono. 2011. "Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya". Jurnal Kewirausahaan Volume 5 Nomor 2: 25 - 30.