ANALISIS PENGARUH MERK SAMSUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI DELTA CELL MATAHARI SINGOSAREN

NASKAH PUBLIKASI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

ANTON SAPUTRO

B100110300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015

HALAMAN PENGESAHAN

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

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI DELTA CELL MATAHARI SINGOSAREN SURAKARTA

Yang ditulis oleh:

ANTON SAPUTRO

B 100 110 300

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2015

Pembimbing

(Drs. Maruf, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhamadiyah Surakarta

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

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli Smartphone Samsung pada konsumen di Delta Cell Matahari Singosaren Surakarta, mengetahui kulaitas produk mempunyai pengaruh terhadap minat Smartphone Samsung pada konsumen di Delta Cell Matahari Singosaren Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah pada konsumen di Delta Cell Matahari Singosaren Surakarta, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli Smartphone Samsung. Variabel kulaitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli Smartphone Samsung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

Purpose in this study was to determine the price has an effect on buying interest on consumers Samsung Smartphone Cell Delta Matahari Singosaren Surakarta, knowing quality product has an effect on the consumer interest in Samsung Smartphone Cell Delta Matahari Singosaren Surakarta.

The population in this study is on consumers in the Delta Cell Matahari Singosaren Surakarta, and samples used in this study was taken a sample of 100 respondents. Analysis of data using multiple linear regression test, t test, F test and the coefficient of determination (R2).

Based on the results of t test analysis unknown variable price has a significant influence on the buying interest Smartphone Samsung. Quality variable products have a significant impact on buying interest Smartphone Samsung. Based on these results that the most dominant factor in influencing consumer buying interest is the quality of the product.

Keywords: Price, Quality Products, Interest Buy

PENDAHULUAN

Di zaman modern saat ini perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat, membuat persaingan pasar pada dunia usaha teknologi saat ini. Perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dengan strategi yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Perusahaan akan sukses apabila mengetauhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, maka akan lebih memudahkan memilih segmen yang ingin dibidik.

Perusahaan samsung dalam mengarah persaingan akan menggunakan berbagai macam strategi untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu samsung menggeluarkan telepon cerdas (*smartphone*) / telepon genggam yang mempunyai teknologi tinggi yang berfungsi menyerupai komputer. *Smartphone* dilengkapi dengan berbagai fitur yang bisa menampilkan siaran radio dan televisi, pemutar audio (*mp3*) dan kamera digital, layanan internet, vidio, media sosial. Fitur-fitur tersebut dibuat untuk menunjukan bahwa samsung siap bersaing dengan beberapa *smartphone* merk lain di Indonesia antara lain : Apple, Nokia, Blackberry, Sony Experia, Mito, Evercross, Lenovo. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan yang berbasis usaha di bidang teknologi dan telekomunikasi.

Harga bagian dari faktor penentu dalam menentukan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan dalam mendapatkan produk / jasa

(Monroe dalam sari,2012). Menurut agusty dalam dinawan (2010), harga merupakan variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :

"ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI DELTA CELL MATAHARI SINGOSAREN SURAKARTA"

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli *smartphone* Samsung.
2. Diantara variabel-variabel harga dan kualitas, variabel mana yang punya pengaruh dominan terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas mempunyai pengaruh minat beli terhadap *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, fisik, jasa, acara-acara, pengalaman, orang, property, tempat, organisasi, ide,organisasi,gagasan dan informasi (Kotler dan Keller, 2009: 4).

Kualitas produk adalah " *the ability of a produk to perform its precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*" yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Mutu suatu produk dapat terpenuhi jika segala kegiatan perusahaan ataupun organisasinya berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Harga adalah hal yang harus diberikan kepada penyedia jasa untuk menentukan suatu persaingan dalam pemasaran produk. konsumen mempunyai tanggapan yang negatif terhadap harga dan kualitas produk, harus membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya. Konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Minat beli konsumen suatu yang berubungan dengan semua rencana konsumen untuk membeli suatu produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli

merupakan bagian terpenting dari proses menuju kearah pembeliaan yang dilakukan oleh seorang konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling dan jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di delta cell matahari singosaren Surakarta dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 0,899 + 0,410X_1 + 0,523X_2$$

Untuk menginterpretasi hasil dari analisis tersebut, dapat diterangkan:

1) Konstanta sebesar 0,899 dengan parameter positif menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk, maka minat beli konsumen meningkat.
2) Koefisien regresi harga menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,410 dengan demikian dapat diketahui bahwa harga mampu meningkatkan minat beli konsumen.
3) Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,523 dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas produk mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Uji t

Variabel Harga diketahui nilai t_{hitung} (5,561) lebih besar dari pada t_{tabel} (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,050<α = 0,05. Oleh karena itu, H_1 diterima, artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Variabel Kualitas produk diketahui nilai t_{hitung} (5,819) lebih besar daripada t_{tabel} (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,050 <α = 0,05. Oleh karena itu, H_2 diterima, artinya kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Uji f

Karena F_{hitung} > F_{tabel} (53,582 > 4,00), maka Ho ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini adalah signifikan.

Uji R^2

Hasil perhitungan untuk nilai R^2 diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi dengan adjusted-R^2 sebesar 0,515. Hal ini berarti bahwa 51,5% variasi variabel minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variable harga dan kualitas produk sedangkan sisanya yaitu 48,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang diteliti.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan pada bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis uji t diketahui variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli smartphone samsung. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli Smartphone Samsung.
2. Hasil uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ (53,582> 4,00), maka Ho ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel harga (X_1), dan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara bersama terhadap minat beli smartphone samsung.
3. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh *adjusted* R *square* (R^2) diperoleh sebesar 0,515, berarti variasi perubahan variabel minat beli Smartphone Samsung dapat dijelaskan oleh variabel harga (X_1), dan kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap minat beli sebesar 51,5%. Sedangkan sisanya sebesar 48,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk. Hal ini dikarenakan faktor kualitas produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,819 dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu faktor harga sebesar 5,561. Ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan “diduga variable harga adalah faktor dominan yang

mempengaruhi minat beli Smartphone Samsung" tidak terbukti kebenarannya, karena ternyata yang paling dominan adalah faktor kualitas produk.

Saran

1. Bagi penelitian yang akan datang sebaiknya menambah jumlah sampel yang digunakan yaitu tidak hanya 100 responden agar hasilnya memungkinkan lebih baik lagi.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang diteliti untuk memperluas objek penelitian supaya mendapat hasil yang lebih maksimal dalam meneliti minat beli.
3. Saran bagi manajemen Samsung agar kualitas produk smartphone Samsung mendapat perhatian lebih dan ditingkatkan lagi baik dari kinerja, fitur tambahan dan desainnya serta manajemen Samsung harus selalu menjaga dan berusaha menjaga meningkatkan citra merek perusahaan serta persepsi harga terhadap produk yang dimiliki supaya dapat menambah minat beli konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Alma , B. 2003. *Menejemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA.

Dharmesta & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Dinawan, M. Rhendria. 2010. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang). *Tesis*. Universitas Dipenegoro, Semarang.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariabel Dengan Program* SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Hidayat, Rachmat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Keputusan dan Loyalitas Nasabah Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kwirausahaan*, 11 (1), pp : 59 – 72

Kotler dan Gary Amstrong. 2008. " *Manajemen Pemasaran*". Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Indonesia: Indeks. Jakarta.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

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

Kotler P, Amstrong G 1997. *Prinsip Prinsip Pemasaran*, cetakan pertama, Jakarta: Erlanga.

Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.

Kumala, Octaviantika Benazir. 2012. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotel Kuta Bali. *Skripsi*. Universitas Indonesia, Jakarta

Prasetijo, Ristiyanti Dan Ihalauw, John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Rahman, Abdul. 2004. *Faktor-Faktor Gaya Pembuatan Keputusan Dalam Pembelian Barang Dikalangan Pengguna, Jurnal Teknologi,* 41(E) Dis. 2004: 73-91, Universiti Teknlogi Malaysia, Malaysia.

Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dipenegoro.

Sujoko. 2007. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Warnet Dikota Jember.* Jurnal Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Swastha Basu dan Irawan. 2010. " *Manajemen Pemasaran Modern*" Liberty, Yogyakarta.

Thamrin dan Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Pt Rajagrafindo Persada. Jakarta.

Tjiptno, Fandi, 1997. *Strategi Pemasaran*. Penertbit. Yogyakarta.

Tjiptono , Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta