

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI PADA KANTOR PUSAT VIDHA PONSEL DI MEDAN

Oleh

M. Riski Ardian¹, Farida Hanum Nasution²

faridahanum@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi secara parsial maupun simultan. Variabel bebas yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga. Dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Penelitian ini dilaksanakan pada kantor pusat vidha ponsel di medan. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 30 konsumen vidha ponsel. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Berdasarkan hasil uji f pada penelitian ini menunjukkan nilai $f_{hitung} 11.380 > f_{tabel} 3.35$ dan apabila di lihat dari nilai sig $f 0.000 < 0.5$ yang berarti kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh dapat di buktikan nilai $t_{hitung} 1.061 < t_{tabel} 1.703$. Dimana variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan dengan di buktikan memiliki nilai $t_{hitung} 4.701 > t_{tabel} 1.703$.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berakibat pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis perlengkapan komunikasi yang menyebabkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis bidang telekomunikasi. Hal ini menyebabkan turut mendorong munculnya perdagangan

internasional serta multinasional produsen handphone, bisa dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi semacam handphone yang menawarkan bermacam-macam jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari pada produk- produk sebelumnya, dimana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan untuk para konsumen dalam melakukan komunikasi.

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 kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun hal yang lainnya, oleh karena itu, pilihan konsumen untuk menggunakan handphone atau smartphone saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada handphone atau smartphone Xiaomi.

Kualitas produk handphone xiaomi seperti layar, system, kamera, ram, dan baterai sangat mempengaruhi keputusan pembelian handphone xiaomi. Begitu juga dengan harga, harga produk handphone xiaomi yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian para konsumen oleh karena itu harga yang terjangkau ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian handphone xiaomi. Xiaomi mencatat kenaikan penjualan ponsel selama kuartal Maret 2021,

Berdasarkan data penjualan di atas adanya kenaikan penjualan handphone xiaomi karena adanya fator yang menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi yang menyebabkan penjualannya meningkat, oleh karena itu maka penelitian ini di beri judul : **Pengaruh Kualitas**

Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi.

LANDASAN TEORI

A. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang, **maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:** Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang di teliti adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi.

C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti berharap dari penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu pemasaran khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi.

2. Bagi Konsumen

Bagi konsumen penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada konsumen agar lebih detail untuk memilih suatu produk handphone.

3. Bagi Pembaca

Bagi pembaca diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori pemasaran yang sudah di peroleh.

D. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Menurut Sugiono (2008), metode kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang memandang sesuatu realitas itu dapat diklasifikasikan, teramati, konkrit serta terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana datanya berbentuk angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik, dan alasan saya menggunakan penelitian kuantitatif adalah untuk lebih mengetahui keputusan pembelian handphone xiaomi pada kantor pusat vidha ponsel di medan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini akan dilakukan pada kantor pusat vidha ponsel di Medan yang beralamat Jl. HM Joni No. 55

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama 1 bulan di mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan April 2021.

3. Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi merupakan wilayah generalis yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan bisa membuat kesimpulannya.

Jumlah populasi yang akan di jadikan bahan dalam penelitian ini ialah 30 konsumen vidha ponsel.

Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Untuk memastikan sebuah sampel dilakukan sebuah sampling.

Dalam menetapkan besarnya sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang di gunakan adalah teknik *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau di jumpai (Sugiyono 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis multivariat.

Sampel (n) = 10 x banyak variabel (hair et al 2010)

jadi dalam penelitian ini sampel yang di peroleh $n = 10 \times 3 = 30$ responden

4. Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2019 : 137)

Kusioner/Angket

Kusioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012).

Untuk menilai butir-butir pernyataan pada kusioner ialah dengan membagikan skor pada tiap butir pernyataan, metode yang di gunakan untuk penskoran ialah dengan memakai skala likert.

Menurut Sugiyono (2012) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang pada fenomena sosial. Dalam menjawab pernyataan pada kusioner, responden diberikan 5 kategori antara lain Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

5. Teknik Analisis Data

Analisi ini menggunakan metode analisis data regresi berganda. Analisis ini di gunakan untuk menguji variabel bebas terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Persamaan model ini analisis regresi berganda dalam penellitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y_i = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y_i	= Keputusan Pembelian
X_1	= Kualitas Produk
X_2	= Harga
b_0	= Konstant
$b_1 \cdot b_2$	= Koefiensi regresi variabel independen
e	= Tingkat kesalahan (deviasi)

6. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Jika kuesioner dikatakan valid diamana pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam Ghozali (2018) menyatakan bahwa mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Ghozali (2018) juga mengatakan bahwa uji signifikan dapat dilakukan dengan melihat tampilan dari hasil output SPSS akan terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total.

E. PEMBAHASAN

Tekhnik Analisis dan Uji Hipotesis

Hasil Penelitian

Vidha Ponsel merupakan sebuah badan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk handphone. Toko vidha ponsel dimulai sekitar tahun 2007 di Jl. Hm Joni Medan di depan museum negeri gedung arca. Di awali dengan berjualan pulsa, kartu perdana, dan aksesoris. Seiring berjalannya waktu, usaha terus berkembang dengan baik. Dan di tahun 2010 mulai menambah ke penjualan handphone. Usaha penjualan handphone terus berkembang dengan baik. Yang mana pada tahun 2010 pada saat itu handphone-handphone china cukup diminati oleh para masyarakat menengah kebawah.

Usaha toko vidha ponsel mulai bergerak naik dan mulai mendapat support dari principle. Berbagai penghargaan sebagai penjualan handpone terbaik dari berbagai merek handpone juga sering diperoleh oleh vidha ponsel.

Pada sekitar tahun 2014, toko vidha ponsel mulai membuka toko baru lagi di jalan Hm Joni Medan. Dan penjualan handphone di toko vidha ponsel terus berjalan dengan sangat baik hingga hari ini. Dan saya telah mempunyai beberapa cabang toko di Jl. Jamin Ginting dan Jl. Gaperta Ujung. Alhamdulillah atas ridho Allah usaha vidha ponsel dapat berjalan dengan baik sampai saat ini. Kerja keras, usaha, dan do'a merupakan motto dari vidha ponsel.

Visi dan Misi Lokasi Penelitian

Visi

Mengembangkan bisnis pemasaran handphone yang sehat dengan memperluas jaringan ritel.

Misi

Menjaga mutu dan kualitas handphone dengan harga yang terjangkau. Memberikan kenyamanan, keamanan yang bersahabat untuk menjalin kebersamaan antara pembeli dan penjual Memberikan akses terbaik guna melayani *customer* sebaik-baiknya.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden ialah identitas responden yang merupakan sampel dari penelitian 30 orang konsumen pada Vidha Ponsel. Dimana mereka yang telah mengisi butir pertanyaan yang ada pada kusioner/angket berdasarkan umur, Jenis kelamin, pekerjaan, dan penghasilan perbulan.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan pembelian pada vidha ponsel, hal ini dapat di buktikan dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang di peroleh sebesar 0.457 atau 45.7% sedangkan sisanya sebesar 54.3% di jelaskan oleh variabel lain.

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi pada vidha ponsel. Hal ini di buktikan dengan nilai

F_{hitung} yaitu $11.380 >$ dari nilai F_{tabel} 3.35. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martinus Yoga Pranoto (2018), yang berjudul Pengaruh Inovasi, Harga, dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung. Hasil penelitian adalah bahwa inovasi, harga, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk handphone Samsung. Sedangkan secara terpisah (parsial), inovasi, harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk handphone Samsung. Hasil penelitian lain yang juga searah dengan hasil yang dilakukan oleh Febriana Margaretta S. (2017), yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. Hasil penelitian adalah Terbukti bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi.

F. KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan yang sesuai hipotesis yang menggunakan regresi linear berganda, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian secara parsial menggunakan uji t menunjukkan variabel kualitas produk tidak

berpengaruh secara parsial, dapat di buktikan nilai t_{hitung} $1.061 <$ t_{tabel} 1.703.

2. Pengujian secara parsial menggunakan uji t menunjukkan variabel harga berpengaruh secara parsial. Hal ini dapat di buktikan dari nilai t_{hitung} $4.701 >$ 1.703.

Dalam pengujian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap variabel keputusan pembelian pada kantor pusat vidha ponsel terbukti dengan nilai dilihat bahwa F_{hitung} yaitu $11.380 >$ dari nilai F_{tabel} yaitu 3.35. Maka keputusan yang di ambil H_0 di tolak H_1 diterima. Dengan demikian variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Rafif Sjam, Anik Lestari Andjarwati 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian SmartPhone (Studi pada Pengguna Smartphone Asus Zenfone 5 di Surabaya)*, Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6, No 1.

Aditya Hangga Supangkat 2017. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. Jurnal Ilmu

Agus Irwanto, Fatchur Rohman, Noermijati 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word-of-Mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek.*

Junral Aplikasi Manajemen.

Shinta Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran.* Universitas Brawijaya press. Malang.

Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran.* Penerbit CV Budi Utama, Yogyakarta.

Febriana Margaretta S. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi (Studi Kasus Konsumen Handphone Xiaomi di Cikarang Utara).* Skripsi Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa.

Hana Ofela, Sasi Agustin 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 5, Nomor 1.

Hasan, A. 2008. *Marketing.* Penerbit MedPress

Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran : Analisis,Perencanaan,Implementasi dan Pengendalian,* Edisi ke-2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Lidya Mongi, Lisbeth Mananeke, Augusta Repi 2013. *Kualitas Produk,Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado.* Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Volume 1, Nomor 4.

Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik.* Penerbit Salemba Empat.

Martinus Yogas Pranoto. 2018. *Pengaruh Inovasi, Harga, dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Universitas Sanata Dharma).* Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Mochamad Fardian Rijadi, Imam Hidayat.
Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Suri Amilia, M. Oloan Asmara Nst. 2017.
Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.

Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No 1.

Tjiptono, F. 2008. *Srategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Andi Offset. Yogyakarta

Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran* , Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

Ummu Habibah, Sumiati 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1, Nomor 1.

Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung.* Jurnal Ekonomi Volume 22, Nomor 1.

rawijaya

