

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG ANDROID
(Studi Pada Masyarakat Kota Unaaha Kab. Konawe)**

Fitria

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lakidende
Jl. Sultan Hasanuddin No. 234 Unaaha, Konawe, Indonesia
fitriaalmasyah@gmail.com

Diterima: 18 Sept. 2019; Direvisi: 25 Sept. 2019; Dipublikasikan: 6 Nov. 2019

ABSTRACT

This study aims to determine the effect Partial Simultaneous and product quality and brand image of the Samsung brand mobile phone purchasing decisions Android community Konawe Unaaha City. The data collection is done with the interview. Documentation and Questionnaire on Urban Community Unaaha District. The study population was Unaaha District Urban Community and the sample size is 70 people. The analysis technique used is multiple linear regression using hypothesis testing, the F test and t test.

The results of this study suggest that the independent variable (product quality and brand image simultaneously significant effect on purchasing decisions, this means that the better the quality of products offered and the better the brand image of Samsung, the higher the level of Consumer Purchase Decision.

Based on the partial test (t test) variable product quality, and no significant negative influence on purchasing decisions, this means that the quality of products offered by Samsung does not affect the level of consumer purchase decision. Brand image and variable positive and significant influence on purchasing decisions, this means that the Samsung brand image affects the level of consumer purchase decision against Samsung products. The better the brand image of Samsung, the level of consumer purchase decisions increases, this study were obtained value of adjusted R square of 0.210, it means that 21% of purchasing decisions can be explained by the variable quality and brand image, while the remaining 79% of purchase decisions are influenced by a other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara Simultan dan Parsial kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung Android pada Masyarakat Kota Unaaha Kabupaten Konawe. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Dokumentasi dan Kuisisioner pada Masyarakat Kota Unaaha Kabupaten. Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Kota Unaaha Kabupaten dan jumlah sampel adalah 70 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji t.

Hasil Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel independen (kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini berarti bahwa semakin baik Kualitas Produk yang ditawarkan dan semakin baik Citra Merek dari Samsung maka semakin tinggi pula tingkat Keputusan Pembelian Konsumen. Berdasarkan uji parsial (Uji t) variabel kualitas produk, berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk yang ditawarkan oleh Samsung tidak mempengaruhi tingkat Keputusan Pembelian konsumen. dan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini berarti Citra Merek Samsung mempengaruhi tingkat Keputusan Pembelian konsumen terhadap Produk Samsung. Semakin baik Citra Merek Samsung maka tingkat Keputusan Pembelian konsumen semakin meningkat. Dari penelitian ini diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,210, hal tersebut berarti bahwa 21% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas dan citra merek, sedangkan sisanya yaitu 79 % oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan sebuah alat yang dirancang sedemikian rupa oleh manusia atau sebuah perusahaan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi terus maju dengan pesat seiring berlalunya zaman. Mulai dari teknologi tradisional sampai teknologi modern saat sekarang ini. Perkembangan teknologi bukan hanya dititik beratkan pada fungsi teknologi tetapi juga diperhitungkan seberapa efektif teknologi tersebut dapat memudahkan usaha manusia. Salah satu teknologi terbaru saat ini adalah *Handphone* Android, teknologi yang diciptakan untuk memberikan layanan prima pada pengguna *Handphone* Android dalam berkomunikasi. Alat ini sangat dibutuhkan karena fungsi dari alat ini yang sangat membantu yaitu mempermudah seseorang untuk berkomunikasi.

Salah satu alat komunikasi yang terus berkembang dengan pesatnya adalah *Handphone*. *Handphone* banyak digunakan oleh masyarakat karena praktis dan mudah dibawa kemana saja. Awalnya *Handphone* hanya digunakan untuk menepon dan mengirim pesan singkat, seiring dengan perkembangan pola pikir manusia muncul ide bahwa *Handphone* tidak hanya digunakan untuk telepon dan mengirim pesan saja, tetapi juga dapat digunakan untuk mengirim email dan menjelajah internet. Para perusahaan pembuat *Handphone* pun saling bersaing untuk dapat menciptakan karya baru. Persaingan yang semakin ketat di pasar *Handphone* inilah yang menimbulkan fenomena pertumbuhan alat komunikasi yang lebih canggih yaitu munculnya *Handphone* Samsung Android. *Handphone* bukan lagi merupakan barang mewah yang sulit untuk diperoleh, hampir di semua tempat baik itu di mall, kantor, sekolah, kampus dan angkutan umum banyak orang yang menggunakan *Handphone*. Salah satu produk *Handphone* belakangan ini yang berhasil menarik perhatian masyarakat adalah *Handphone* merek Samsung Android.

Samsung merupakan salah satu jenis *Handphone* atau *smartphone* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya di kota Unaaha Kabupaten Konawe. Salah satu produk Samsung yang sedang menjadi pusat perhatian khalayak luas yaitu produk *Handphone*

Samsung Android. *Handphone* Samsung Android banyak dicari pembeli karena banyak faktor, diantaranya spesifikasi dan fitur setiap *Handphone* Samsung selalu update terbaru untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan dan harga *Handphone* samsung android disesuaikan dengan teknologiter baru yang menyertainya.

Masyarakat kontemporer, Bagi kalangan yang memerlukan informasi dengan cepat, android merek Samsung merupakan perangkat telekomunikasi yang relative cepat. Dapat diakses dengan cepat tanpah arus susah-susah berada di depan laptop atau komputer. Android merek Samsung dijadikan sebagai ikon gayahidup, mereka menggunakannya untuk bersosialisasi di media Sosial seperti mengakses Facebook, Bbm, Line, Instagram, Twitter dll.

TINJAUAN PUSTAKA

Ramadhan (2012) Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Samsung Android Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari uji F dan uji t yang dianalisis dengan menggunakan model regresi linier berganda dan dengan bantuan Program SPSS 17.0 For Windows PC, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pembahasan tentang Pengaruh Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung jenis Android Pada Mahasiswa S1-Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung jenis Android (Y).

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas produk (X1), Citra Merek (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dan objek Hanphone Samsung Android serta menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Adapun perbedaanya hanya pada tempat penelitian pada masyarakat Kota Unaaha Kabupaten Konawe.

Farida (2013) Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Blackberry di Semarang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* merek *Blackberry* diSemarang. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada kualitas produk (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) dan menggunakan metode analisis yang sama yaitu Regresi Linier Berganda. Adapun perbedaanya terletak pada Harga dan Promosi serta objek penelitian *Handphone* samsung Android dan tempat penelitian pada masyarakat Kota Unaaha Kabupaten Konawe.

Nurhasanah (2013), melakukan penelitian “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek OPPO di Kota Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek (variabel X1) dan Kualitas

Produk (variabel X2) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y) konsumen. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada masyarakat di kota Medan yang memakai produk *Handphone* OPPO. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi Linear berganda menunjukkan Variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang paling kecil terhadap Keputusan Pembelian bila dibandingkan dengan variabel Kualitas Produk. Dapat dikatakan bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Y.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan Variabel yang sama yaitu kualitas produk (X1), Citra Merek (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dan menggunakan metode analisis yang sama yaitu Regresi Linier Berganda. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian *Handphone* samsung Android dan tempat penelitian pada masyarakat Kota Unaaha Kabupaten Konawe

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Dokumentasi dan kuesioner pada Masyarakat Kota Unaaha Kabupaten. Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Kota Unaaha Kabupaten dan jumlah sampel adalah 70 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji t.

Populasi penelitian dengan sasaran atau obyek yaitu Masyarakat kota unaaha yang menggunakan *Handphone* Samsung Android. Adapun jumlah populasinya tidak diketahui pasti. Oleh karena itu, mengacu pada pendapat Roscoe dan Nasir, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang.

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan penjelasan secara deskriptif pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* Samsung Android pada masyarakat Kota Unaaha Kabupaten Konawe. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk produk, pada produk *Handphone* samsung Android

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 8.898 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk bahwa kualitas produk, dan citra merek, secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (kualitas produk, harga, citra merek, dan fitur produk) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95%. Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,511 koefisien regresi sebesar -0,058 dan nilai probabilitas sebesar 0,611 yang lebih besar dari 0,05 hal ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak

signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2001). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1 Koefisiendeterminasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,458 ^a	,210	,186	1,60660

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,210. Hal ini berarti 21% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan citra merek sedangkan sisanya yaitu 79% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian secara bersamaan dari seluruh variabel independen (kualitas produk dan citra merek) terhadap keputusan pembelian pada handphone merek Samsung menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai F sebesar 8,898 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Sementara itu, dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini mampu menerangkan 21 % mengenai keputusan pembelian handphone merek Samsung di Masyarakat Kota Unaha. Sedangkan sisanya 79 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai probabilitas sebesar 0,611 yang lebih besar dari 0,05.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk jadi penentu dalam proses pembelian pada keputusan pembelian. Kualitas produk yang ditawarkan oleh *handphone* merek Samsung Android seperti spesifikasi hingga fitur-fitur, kualitas produk, dan desain oleh perusahaan memberikan pandangan kurang bagus dan tidak sesuai keinginan bagi Masyarakat Kota Unaha di banding perusahaan pesaingnya seperti *handphone-handphone* merek Oppo dan Nokia yang memberikan bentuk yang inovatif, fitur yang canggih dan harga yang relative lebih murah.

Pengaruh Citra dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variable Citra merek sudah menjadi penentu dalam proses atau masyarakat dan setelah dilakukan pengujian dengan regresi linear berganda terbukti secara parsial citra merek memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap handphone Samsung Android di Masyarakat Kota Unaaha.

Secara Simultan kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap (keputusan pembelian). Hal ini berarti bahwa semakin baik Kualitas Produk yang ditawarkan dan semakin baik Citra Merek dari Samsung maka semakin tinggi pula tingkat Keputusan Pembelian Konsumen. Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk yang ditawarkan oleh Samsung tidak mempengaruhi tingkat Keputusan Pembelian konsumen.

Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti Citra Merek Samsung mempengaruhi tingkat Keputusan Pembelian konsumen terhadap Produk Samsung. Semakin baik Citra Merek Samsung maka tingkat Keputusan Pembelian konsumen semakin meningkat.

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan terbatas pada pengaruh kualitas, citra merek terhadap keputusan pembelian handpond Samsung Adroid oleh masyarakat unaaha dimana saat mengisi kuisisioner peneliti sedikit mengalami kesulitan karna dalam penyebaran kuisisioner dan banyak responden yang menolak untuk meluangkan waktunya mengisi kuisisioner tersebut dan sebagian responden mengisi kuisisioner tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang ada atau asal-asalan dikarenakan keterbatasan waktu mereka.

Sebagai dalam penelitian ini adalah Kualitas produk *Handphone* merek samsung lebih di tingkatkan lagi seperti desain produknya bervariasi, kualitas kinerjanya, gaya, ketahanan produk, dan kemudahan dalam perbaikan. Untuk citra merek perusahaan diharapkan produknya mudah dikenali konsumen, memiliki model yang tidak ketinggalan jaman serta akrab dibenak konsumen dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah,M,A dan Aryanto,Rudi,2012,Jurnal pemasaran Vol.2 No.14,PP.55-80
- Alma, Buchari.2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.Bandung: CV Alfabeta
- Azwar,Ssifuddin. 2000. Reliabilitas dan Validitas Data. Yogyakarta: Pustaka Belajar, Basu, Swastha, dan Irawan. 20001. Manajemen pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty.
- Brunner, T. A.,Stockin. M., dan Opwis. K. 2008. Satisfaction, Image and Loyalty: New Versus Experienced Customers, European Journal of Marketing, Vol. 42 No. 9/10, pp, 1095-1105.
- Ghozali, Imam. 2006. Apl[kasi Anaisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi kedua, Yogyakarta, Penerbit Universitas Diponrgoro
- Gujarati, Damodar N. 3003, Ekonometrika dasar. Jakarta: Erlangga.
- Garvin, David 2011. Kualitas produk: Alat strategi yang penting. Jakarta
- Hoeffler, Steve, keller, Kevin Lane. 2003. The Marketing Advantages of Strong Brands, Brand Management, Vol. 10, No, 6
- Indiantoro,Nur Dan Bambang, Supomo, 2002. Meteodologi penelitian Bisnis, Yogyakarta: BPEE.
- Kotler, dan Keller, 2009, manajemen Pemasaran, Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta Erlangga
- Kotler,Philip dan Keller, Kevin L., 2015. Praktikum metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Manurung, Rahmatus 2012. Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Merek Terhadap keputusan pembelian Notbook Acer, Medan
- Sudjana, Ridwan, 2011. Dasar-Dasar Statistika Analisis Regresi dan Korelasi Bagi Para peneliti Bandung. Tarsino
- Siregar Ridwan 2013., metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS, Jakarta: Kencana PRENADAMEDIA GRUP.
- Sugiono. 2010. . Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif, Bandung. Alfabeta,Peneliti CV
- Dharmesta, Basu dan Irawan Sukotjo 2011. Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty.

- Wijaya, Tony., 2011. Dimensi Kualitas Produk Kinerja performance tingkat Kebaikan Fungsi Produk. Google Scholar Universitas Atmajaya Yogyakarta.
www.: ethese. UIN- Malang. Ac id., geogle books
- Ferdinand, Agusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Univerditas Diponegoro
- Durianto, Darmadi dan C. Liana, 2004, Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft dan Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model, Jurnal Ekonomi Perusahaan.