

KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada pengguna Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia)

Riki Ridwanudin*, Farah Oktafani

rikiridwanudin19@gmail.com

Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1, Kec. Dayeuhkolot, 40257
Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat
Indonesia

Received Date : 06.07.2021
Revised Date : 29.03.2022
Accepted Date : 27.09.2022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for the Samsung Galaxy S20 in Indonesia. The purpose of this study was to determine and analyze how consumer perceptions of product quality, how purchase decisions for the Samsung Galaxy S20, and the magnitude of the influence of product quality and price simultaneously and partially. on the decision to purchase the Samsung Galaxy S20 Series in Indonesia. Based on a simultaneous hypothesis test, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions for the Samsung Galaxy S20 Series. Based on the results of partial hypothesis testing (t-test) it was found that product quality and price variables had a significant effect on purchasing decisions for the Samsung Galaxy S20 Series in Indonesia.

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision, Marketing Mix, Marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk, bagaimana keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series, besarnya pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia.

Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Bauran Pemasaran, Pemasaran

PENDAHULUAN

Pasar gawai di Indonesia sedang menjadi primadona meskipun pandemi melanda. Pasalnya, kebutuhan terhadap gawai untuk bekerja, belajar, hingga memenuhi kebutuhan justru timbul saat pandemi melanda. Berdasarkan data yang di kutip dari *yatekno.com* ada sebanyak 15 brand *smartphone* yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia. *Brand* tersebut diantaranya *Apple, Sony, Samsung, HTC, LG, Xiaomi, Asus, Oppo, Huawei, Vivo, OnePlus, ZTE, Nokia, Lenovo, dan Meizu*. Salah satu *brand Smartphone* yang menjadi pangsa pasar selama beberapa tahun terakhir di Indonesia adalah Samsung.



Sumber: www.idc.com, 2020

Gambar 1. Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia

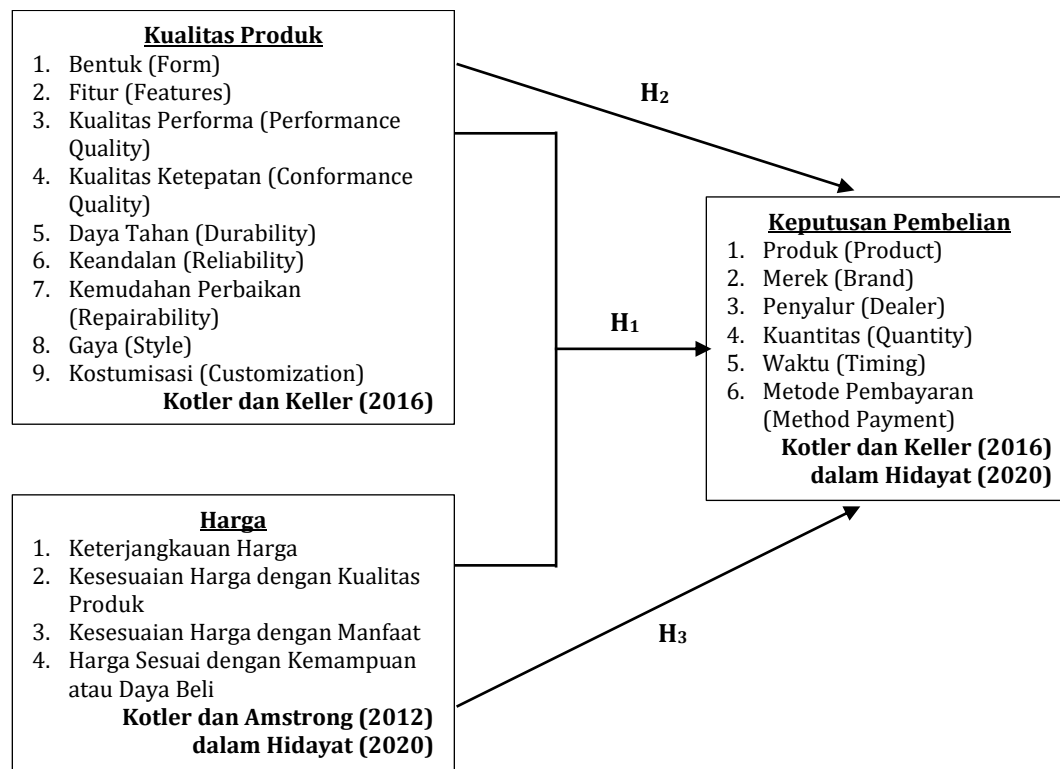
Berdasarkan data IDC *Market share* Samsung dari Quartal II 2019 ke Quartal II 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada quartal kedua tahun 2019 Samsung masih merajai pasar *smartphone* di Indonesia dengan pangsa pasar di atas 25% , tetapi pada quartal kedua 2020 tergantikan posisinya oleh vivo, bahkan posisinya terjun menjadi posifsi ketiga dibawah oppo dengan *market share* sebesesar 18,7%. Salah satu seri Samsung yang menyebabkan turunnya penjualan samsung adalah Samsung Galaxy S20 Series. Mengutip dari laman *gizmochina.com* Samsung Galaxy S20 Series telah melaporkan penurunan 35% pada quartal pertama 2020 jika dibandingkan dengan pendahulunya, yaitu Samsung Galaxy S10 Series. Pada quartal I 2019 Samsung Galaxy S10 series membukukan penjualan sebesar 12,5 juta unit.

Pada quartal yang sama 2020 seri penerus dari S10 yaitu S20 seri mengalami penurunan diangka 8,2 juta unit. Turunnya penjualan dalam sebuah

industri merupakan sebuah masalah yang besar bagi perusahaan dan harus merencanakan kembali strategi apa yang harus dilakukan agar penjualan kembali meningkat. Naik turunnya penjualan dipengaruhi seseorang dalam memutuskan membeli sebuah produk, yang berarti penurunan penjualan yang di alami Samsung Galaxy S20 Series ini ada permasalahan pada keputusan pembelian. Menurut Indrasari (2019) keputusan pembelian yaitu aktivitas seseorang yang langsung terlibat pada keputusan melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan oleh penjual.

Salah satu indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono dalam Indrasari (2019) adalah Pilihan Produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Salah satu alternatif yang konsumen pertimbangkan dalam memilih produk adalah kualitasnya. Menurut penelitian (Mulyati dan Jaya, 2020) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone samsung. pada penelitian lainnya yaitu (Habibah dan Sumiati, 2016) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian wardah di Kota Bangkalan. Faktor lainnya yang menyebabkan penurunan penjualan samsung yakni tingginya harga samsung yang ditawarkan. Menurut *Market Analyst IDC*, Risky Febian yang dikutip dari *suara.com*, salah satu yang menyebabkan turunya penjualan Samsung adalah harga yang ditawarkan samsung relatif mahal, berbeda dengan kompetitor dari china yang menetapkan harga murah tapi dengan spesifikasi tinggi.

Menurut penelitian (Mulyati dan Jaya, 2020) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk HP merek iPhone di Kota Sukabumi. Semakin baik, terjangkau, atau sesuai harga produk iPhone tersebut, maka semakin baik atau tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perlu dilakukan penelitian seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Kualitas produk dan harga Samsung Galaxy S20 Series, Untuk mengetahui Keputusan Pembelian konsumen pada Samsung Galaxy S20 Series dan untuk mengetahui besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S20 Series baik secara simultan maupun parsial.



Sumber: kajian literatur, 2021

Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

Variable dan indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator
Kualitas Produk	1. Samsung Galaxy S20 Series memiliki bentuk yang mudah untuk digenggam 2. Samsung Galaxy S20 Series memiliki fitur yang menarik 3. Samsung Galaxy S20 Series memiliki model produk dengan fitur yang bervariasi. 4. Samsung Galaxy S20 Series memiliki kualitas software dan hardware dengan performa yang tinggi. 5. Samsung Galaxy S20 Series tidak akan mengalami panas walaupun digunakan selama berjam-jam. 6. Standar keamanan Samsung Galaxy S20 Series telah teruji baik software maupun hardware 7. Spesifikasi Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan kebutuhan konsumen 8. Samsung Galaxy S20 Series tidak mudah rusak baik software maupun hardware meskipun sudah melewati masa garansi 9. Samsung Galaxy S20 Series selalu memiliki performa OS yang konsisten 10. Samsung Galaxy S20 Series mudah untuk diperbaiki jika ada suatu masalah 11. Samsung Galaxy S20 Series memiliki desain yang menarik 12. Samsung Galaxy S20 Series memiliki tampilan yang berbeda dibandingkan merek lain

	14. Konsumen dapat melakukan update software pada Samsung Galaxy S20 Series 15. Konsumen dapat melakukan update hardware pada Samsung Galaxy S20 Series jika diinginkan
Harga	1. Samsung Galaxy S20 Series memiliki harga yang relatif murah 2. Samsung Galaxy S20 Series dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen 3. Harga yang ditetapkan pada Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan kualitas produk yang diberikan 4. Harga pada Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan mutu yang dijanjikan 5. Harga Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan manfaat yang bisa didapatkan 6. Harga yang ditawarkan Samsung Galaxy S20 Series dapat bersaing dengan produk <i>smartphone flagship</i> lainnya. 7. Harga yang ditawarkan Samsung Galaxy S20 Series lebih worth it dibandingkan dengan produk <i>smartphone flagship</i> lainnya
Keputusan Pembelian	1. Kualitas dari Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan apa yang dibutuhkan 2. Manfaat yang dirasakan dari Samsung Galaxy S20 Series sesuai dengan apa yang diharapkan 3. Saya tertarik dengan Samsung Galaxy S20 Series karena merek samsung sudah sangat terpercaya. 4. Saya memilih Samsung Galaxy S20 Series karena saya merupakan salahsatu user dari produk Samsung 5. Lokasi Outlet dari produk Samsung Galaxy S20 Series Mudah dijangkau 6. Saya membeli Samsung Galaxy S20 Series Untuk Memenuhi kebutuhan saya 7. Saya membeli Samsung Galaxy S20 Series saat pertama kali produk keluar atau launching 8. Saya memilih pembelian Samsung Galaxy S20 Series karena memudahkan saya dalam pembayaran non cash

Sumber: Diolah Penulis, 2022

Berdasarkan teori dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan sebelumnya, hipotesis dapat dikembangkan yaitu: (a) kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atas keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia; (b) harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atas keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* jenis *purposive sampling*. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengguna dari Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Ruang lingkup yang dilakukan pada penelitian ini adalah seluruh Indonesia. Untuk menentukan jumlah sampel dari setiap wilayah yang berada di Indonesia ini terbagi menjadi tiga bagian berdasarkan pembagian zona waktu. Pembagian zona waktu ini digunakan untuk mendapatkan perwakilan sampel dari setiap zona waktu di Indonesia yang akan digunakan pada penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tanggapan dari 100 responden terhadap kualitas produk Samsung S20 Series ada pada kategori baik yaitu sebesar 82%. Nilai tersebut didapatkan dari hasil pengukuran berdasarkan dimensi bentuk, fitur, kualitas performa, kualitas ketetapan, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, dan kostumisasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk Samsung Galaxy S20 sudah baik. Tanggapan dari 100 responden terhadap harga pada Samsung Galaxy S20 Series berada pada kategori baik yaitu sebesar 79%. Nilai tersebut didapat dari hasil pengukuran berdasarkan dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Hal ini menunjukkan bahwa harga pada Samsung Galaxy S20 Series sudah baik.

Keputusan pembelian pada Samsung Galaxy S20 berada pada kategori baik yaitu sebesar 82%. Nilai tersebut didapat dari hasil pengukuran berdasarkan dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, kuantitas, waktu pembelian dan metode pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada Samsung Galaxy S20 Series sudah baik. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) keputusan pembelian (Y) secara simultan. Menurut hasil analisis penelitian ini, besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan adalah sebesar 52,9% dan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga sangat penting dalam keputusan pembelian sebuah produk atau jasa, karena dengan *build quality* yang meningkat dari produk sebelumnya dan juga harga yang *worth it* dengan kualitas akan menciptakan keputusan yang baik. Hal ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan (Hidayat, 2020) yang menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian tujuan lainnya yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial. Menurut hasil analisis penelitian ini, besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 34,3%.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang terdapat pada Samsung Galaxy S20 Series dapat membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut dan bahkan dapat merekomendasikannya kepada kerabat, teman atau keluarga. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan Mulyati dan Jaya (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Semakin tinggi kualitas yang dimiliki produk tersebut, maka semakin baik atau tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Kemudian,

penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial.

Menurut hasil analisis penelitian ini, besarnya pengaruh variabel harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 18,6%. Hal ini menunjukkan bahwa harga akan memberikan dampak pada pengguna Samsung S20 Series dalam melakukan pembelian produk samsung, karena dengan harga yang terjangkau dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Joshuan dan Padmalia (2016) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penjelasan sebelumnya menunjukkan bahwa dari analisis deskriptif secara keseluruhan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dalam kategori baik menurut persepsi konsumen. Maka dari itu diharapkan samsung dapat terus melakukan inovasi dari sisi kualitas dan terus melakukan riset pada sisi harganya. Kemudian untuk hasil analisis data baik secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia.

REKOMENDASI

Saya merekomendasikan Samsung untuk selalu melakukan *update software* pada setiap produk *flagship*nya agar dikemudian hari masalah serupa tidak terulang kembali, dan menyarankan Samsung untuk selalu melakukan riset terhadap harganya agar bisa terus bersaing dipasar Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gery *et.al.* 2017. *Marketing An Introduction*. Canadian Edition. United Kingdom: Pearson Education.
- Guliando, Diego dan Muchsin S Shihab. 2019. *The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Product. International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Volume 4, Issue 9, September – 2019)
- Habibah, Ummu dan Sumiyati. 2016 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Universitas 17 agustus 1945 Surabaya

- Hidayat, Dani Rizki. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Cv Madu Apiari Mutiara . Universitas Telkom
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya. Unitomo Press
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. Edisi 16e. Global Edition. United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Global Edition. United Kingdom: Pearson Education.
- Kristian, Deni dan Rita Widayanti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 16, No. 1, Januari - Juni 2016
- Mulyati, Sri. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone. Insitut Manajemen Wiyata Indonesia
- Nurdiansyah, Dedi. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas. Univesitas Lampung.
- Nuril, Dela dan Yuniorita Indah Hadayyani. 2019. *The Effect Of Brand Image, Quality Products And Price On Samsung Handphone Decision Purchase ABM : International Journal of Administration, Business and Management, Vol. 1 No. 1 November 2019*
- Putri, Budi Rahayu T. 2017. Manajemen Pemasaran. Bali. Fakultas Peternakan Universitas Udayana
- Rangkuti, F. 2017. Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rumbiati. 2019. Pengaruh *Brand Awareness* Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Stie Rahmadiyah Dalam Memilih Smartphone Merek Xiaomi. STIE Rahmadiyah
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualittif, dan R&D).
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. Alfabeta. ISBN: 978-602-289-373-8.
- Sumanto. 2014. *Statistika Terapan*. Jakarta: Buku Seru.