

# Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong)

Samuel Yohanes Warella, Susana Magdalena Welly Muskita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Victory Sorong, Papua Barat, Indonesia

Email : <sup>1</sup>samuel.warella@gmail.com, <sup>2</sup>muskitasusan@gmail.com

**Abstrak**—Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan manusia terhadap informasi meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Untuk mendapatkan informasi tersebut diantaranya dapat dilakukan dengan menjelajah dunia maya yaitu menggunakan internet, untuk memperluas cakrawala, dapat diperoleh melalui komunikasi menggunakan ponsel atau handphone. Hasil dari wawancara terbuka dengan mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Victory Sorong mengenai beberapa merek smartphone yang ada digunakan oleh mahasiswa menunjukkan bahwa Samsung merupakan merek yang lebih mendominasi dan lebih banyak diminati. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong. Populasi dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong yang menggunakan handphone merek Samsung yang berjumlah 58 orang. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian diperoleh  $Y = 2.835 + 0.327 X + e$  Persamaan menunjukkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh keputusan pembelian. Hasil uji parsial (uji t), dihasilkan t-hitung kualitas produk t- hitung 3.080 > t-tabel 1.6725, artinya signifikan. Signifikan disini berarti Hipotesis diterima. Artinya, karena t-hitung > t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh positif antara” kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong hipotesis diterima.

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

**Abstract**—In the current era of globalization, human needs for information increase along with the times. To get this information, among others, can be done by exploring the virtual world that is using the internet, to expand the horizon, can be obtained through communication using mobile phones or mobile phones. The results of open interviews with students of the management study program at the Faculty of Economics and Business at Victory Sorong University on several smartphone brands that are used by students show that Samsung is a brand that is more dominating and more desirable. The purpose of this study was to determine how much influence the quality of the product on the purchasing decision of Samsung brand mobile phones on students of the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, University of Victory Sorong. The population and sample used were students of the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, University of Victory Sorong who used 58 Samsung brand mobile phones. The results of a simple linear regression analysis showed a positive influence between product quality in improving purchasing decisions obtained  $Y = 2.835 + 0.327 X + e$  The equation shows that product quality is affected by purchasing decisions. Partial test results (t test), produced t-product quality t-test 3080> t-table 1.6725, meaning significant. Significant here means that the Hypothesis is accepted. That is, because t-count> t-table, it can be concluded that there is a positive influence between "product quality on purchasing decisions of Samsung brand mobile phones on students of Management Studies Program at the Faculty of Economics and Business, University of Victory Sorong, the hypothesis is accepted.

**Keywords:** Product Quality, Purchasing Decisions

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan manusia terhadap informasi meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Untuk mendapatkan informasi tersebut diantaranya dapat dilakukan dengan menjelajah dunia maya yaitu menggunakan internet, untuk memperluas cakrawala, dan dapat juga diperoleh melalui komunikasi menggunakan ponsel atau handphone. Banyaknya merek *smartphone* di Indonesia membuat konsumen harus kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Merk Samsung saat ini dikenal sebagai produsen *handphone* Android terbesar di dunia. Menurut Kotler dan kelvin (2018:84) Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya. Menurut Kotler dan kelvin (2018:68), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Masalah yang diangkat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong

Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Stie Sakti Alam Kerinci) Intan Sherlin. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung pada mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci Sungai Penuh.  $Y = 21,433 + 0,124 X_1 + 0,214 X_2$ .

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. Nurmin Arianto dan Adzmi Fahmi Albani pada hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh

kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 4,397, besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah 2,891, dan besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 75,239, sehingga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan perbandingan antar teori dengan kenyataan yang ada dilapangan. Mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong.

## 2. KERANGKA TEORI

### 2.1 Kualitas Produk

Menurut Kotler (2018:84) yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rony A.Rusli mengatakan bahwa: "Pengertian Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat.

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam Krenamurti (2014) "Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya.

Dengan melihat definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

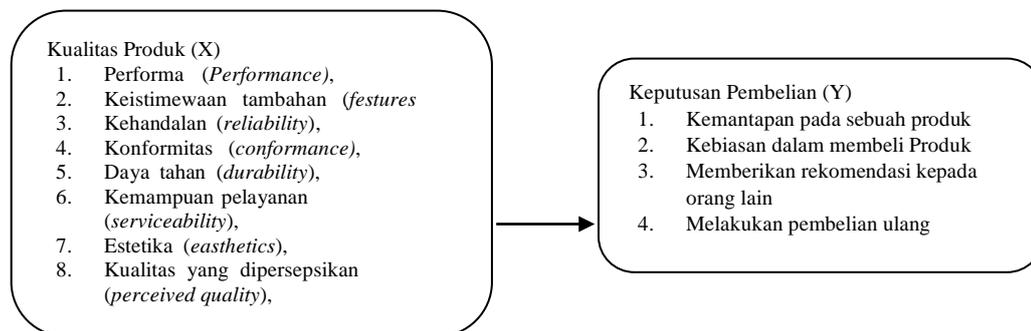
### 2.1 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan kelvin (2018:68), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Swasta dan Irawan (2008) dalam Sinambow (2015), mengemukakan keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler dan Keller (2012:154), ada empat indikator keputusan pembelian yaitu: 1). Kemantapan pada sebuah produk; 2). Kebiasaan dalam membeli produk; 3). Memberikan rekomendasi pada orang lain; 4). Melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

### 2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau.

### 3.1 Populasi dan sampel

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong yang menggunakan handphone Samsung yang berjumlah 58 orang.

Dalam metodologi penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan sampel ini dilakukan dengan menggunakan sampel populasi yaitu semua populasi yang dijadikan sampel, yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong

### 3.2 Metode analisis yang digunakan adalah

1. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2018:187) pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

2. Uji reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:190) Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai).

3. Uji normalitas data,

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

4. Uji t (uji parsial),

$$(1)$$

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen.

$$t = \beta_n / S_{\beta_n}$$

Dasar pengambilan keputusan:

a) Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 (α) atau t hitung < t tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka Hipotesis diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

b) Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 (α) atau t hitung > t tabel berarti hipotesa terbukti maka Hipotesis ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

5. Uji F (Uji simultan),

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (2)$$

6. Uji regresi linear sederhana,

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (3)$$

7. Koefisien determinasi, dan menggunakan bantuan SPSS 21.00.

Salah satu bagian dari analisis regresi linear berganda ataupun regresi linear berganda yang mana digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

$$R^2 = 1 - \frac{SS_{Error}}{SS_{Total}} \quad (4)$$

Hasil analisis diuji dengan menggunakan bantuan SPSS 21.00

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indikasi alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan pertanyaan. Valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas digunakan korelasi Pearson (*Product Moment*), jika r hitung lebih besar dari r tabel (df=n-k;α=5%) dan hasil perhitungannya secara rinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Status Butir
Kualitas Produk :			
1. Performa ( <i>Performance</i> ),	0.798	0.2181	Valid

2. Keistimewaan tambahan ( <i>festures</i>	0.700	0.2181	Valid
3. Keandalan ( <i>reliability</i> ),	0.771	0.2181	Valid
4. Konformitas ( <i>conformance</i> ),	0.890	0.2181	Valid
5. Daya tahan ( <i>durability</i> ),	0.810	0.2181	Valid
6. Kemampuan pelayanan ( <i>serviceability</i> ),	0.649	0.2181	Valid
7. Estetika ( <i>easthetics</i> ),	0.890	0.2181	Valid
8. Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ),	0.810	0.2181	Valid
Keputusan Pembelian :			
1. Kemantapan pada sebuah produk.	0.666	0.2181	Valid
2. Kebiasaan dalam membeli produk.	0.548	0.2181	Valid
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.	0.651	0.2181	Valid
4. Melakukan pembelian ulang.	0.409	0.2181	Valid

Sumber : data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan  $r$  hitung semua lebih besar dari  $r$  tabel *product moment* (Pearson) yaitu pada  $df = (n-2)$  yaitu:  $58 - 2 = 56$ , dan  $\alpha = 5\%$  sebesar 0.2181. Hal ini berarti alat ukur dari variabel yang digunakan adalah valid.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikasi untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Apabila pertanyaan diulangi pada subyek yang sama dengan waktu yang berbeda diperoleh hasil yang relatif sama. *Koeffisien Alpha Cronbach* yang digunakan untuk mengukur reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach Hitung	Alpha Cronbach Yang Disyaratkan	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0.940	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.765	0.60	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2020

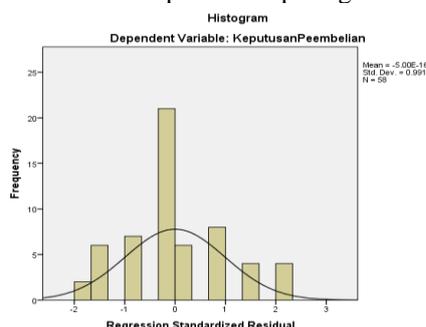
Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa Hasil perhitungan *Alpha Cronbach*, terlihat hasil perhitungan semua lebih besar dari 0.60 hal ini berarti pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

Berdasarkan pengujian validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan semua butir-butir pertanyaan valid dan reliabel, hal ini berarti semua butir-butir pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini dapat dipergunakan untuk analisis selanjutnya.

### c. Uji normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

Adapun gambar kurva normal dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Uji Normalitas Data

Gambar 1 histogram dengan kurva normal variabel X (kualitas produk) pada hasil output SPSS mendukung hasil dari nilai skewness yang mendekati 0. Kurva variabel X (kualitas produk) tidak condong (miring) ke kiri maupun ke kanan, namun cenderung di tengah dan berbentuk seperti lonceng. Jadi variabel X (kualitas produk) memiliki kecenderungan terdistribusi secara normal.

### d. Uji Simultan (F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil F-test ini dapat dilihat lengkapnya pada output SPSS pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.** ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.317	1	3.317	9.488	.003 <sup>b</sup>
Residual	19.579	56	.350		
Total	22.897	57			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Dalam ringkasan Tabel 3 hasil uji simultan (uji F), dihasilkan F-hitung 9.488 > F-tabel 4.0130, artinya signifikan (df1 = 2 - 1 = 1 dan df2 = 58 - 2 = 56). Signifikan disini berarti hipotesis diterima yang berbunyi “Ada pengaruh positif antara” kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong “hipotesis diterima”.

**e. Uji Parsial (t)**

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil t-test ini dapat dilihat lengkapnya pada output SPSS pada tabel.4.

**Tabel 4.** Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.835	.430		6.590	.000		
Kualitas Produk	.327	.106	.381	3.080	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dalam Tabel 4 hasil uji parsial (uji t), dihasilkan t-hitung kualitas produk t- hitung 3.080 > t-tabel 1.6725, artinya signifikan (df1 = 2 - 1 = 1 dan df2 = 58 - 2 = 56). Signifikan disini berarti Hipotesis diterima. Artinya, karena t-hitung > t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh positif antara” kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong “hipotesis diterima”.

**f. Analisis Regresi Sederhana**

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong. Penyelesaian model regresi linier sederhana dilakukan dengan bantuan *Program SPSS for Windows Release 21.0* dan perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.835 + 0.327 X + e$$

Persamaan menunjukkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh keputusan pembelian. Nilai konstanta sebesar 2.835 menyatakan jika ada peningkatan kualitas produk, maka skor akan naik sebesar 2.835 satuan. Nilai koefisien keputusan pembelian sebesar 0.327 menyatakan jika terjadi peningkatan keputusan pembelian pada handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong dalam meningkatkan keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.327.

**g. Koefisien Determinasi**

Berdasarkan tabel 5 ternyata variabel kualitas produk (X) mempunyai koefisien sebesar 0.293 dan korelasi determinasi sebesar 0,293 terhadap keputusan pembelian (Y).

**Tabel 5.** Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.381 <sup>a</sup>	.145	.130	.59130	.145	9.488	1	56	.003	1.922

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Harga koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh indikator kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong dimana diketahui koefisien determinasi (r<sup>2</sup>) sebesar 0,145 atau 14,5%. Hal ini berarti

bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong sebesar 14,5%, sedangkan selebihnya yaitu 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian diperoleh  $Y = 2.835 + 0.327 X + e$  Persamaan menunjukkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh keputusan pembelian. Nilai konstanta sebesar 2.835 menyatakan jika ada peningkatan kualitas produk, maka skor akan naik sebesar 2.835 satuan. Nilai koefisien keputusan pembelian sebesar 0.327 menyatakan jika terjadi peningkatan keputusan pembelian pada handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong dalam meningkatkan keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.327. Jadi semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong.

Hasil uji parsial (uji t), dihasilkan t-hitung kualitas produk t- hitung  $3.080 > t\text{-tabel } 1.6725$ , artinya signifikan ( $df_1 = 2 - 1 = 1$  dan  $df_2 = 58 - 2 = 156$ ). Signifikan disini berarti Hipotesis diterima. Artinya, karena t-hitung  $> t\text{-tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh positif antara” kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong “hipotesis diterima”.

Sumbangan yang diberikan melalui kualitas kerja dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah sebesar R determinan. Harga koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh indikator kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong dimana diketahui koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,145 atau 14,5%. Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong sebesar 14,5%, sedangkan selebihnya yaitu 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang penulis angkat yaitu hasil uji parsial (uji t), dihasilkan t-hitung kualitas produk t- hitung  $3.080 > t\text{-tabel } 1.6725$ , artinya signifikan ( $df_1 = 2 - 1 = 1$  dan  $df_2 = 58 - 2 = 156$ ). Signifikan disini berarti Hipotesis diterima. Artinya, karena t-hitung  $> t\text{-tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh positif antara” kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong “hipotesis diterima”. Hasil analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian diperoleh  $Y = 2.835 + 0.327 X + e$  Persamaan menunjukkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh keputusan pembelian. Nilai konstanta sebesar 2.835 menyatakan jika ada peningkatan kualitas produk, maka skor akan naik sebesar 2.835 satuan. Nilai koefisien keputusan pembelian sebesar 0.327 menyatakan jika terjadi peningkatan keputusan pembelian pada handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong dalam meningkatkan keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.327. Jadi semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada handphone merek Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Adzmi. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange*. Jurnal Ilmiah Manajemen FORKAMMA. Vol.1, No.3, Mei 2018, Hal: 1-14. Diunduh dari: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/FRKM/article/view/245/2023>. Diakses pada Juli 2020.
- Basu Swasta. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Penerbit : Prehalindo. Jakarta.
- Buchari Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- George Terry. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler and Armstrong. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi V, Jilid 2. Jakarta : Intermedia,
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Implementasi*. Jakarta.: Prehalindo.
- Philip Kotler dan Kevin Keler . *Manajemen Pemasaran Edisi 13Jilid 1. Milenium ed*. Jakarta: Erlangga. 2018
2003. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Prenhalindo.
2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks.
- Manullang. 2012. *Dasar- Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rambat Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sunambow, Sandy. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado*. Jurnal EMBA. Vol.3, No.3 September 2015, Hal: 300-311. Diunduh dari: <https://ejournal.unstrat.ac.id/index.php/emba/search>. Diakses pada Juli 2020.
- Willim J. Stanton. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.