

JURNAL SKRIPSI



**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG
DI SAMSUNG
(Studi pada masyarakat Kelurahan Susukan Kecamatan Ungaran Timur)**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik program Sarjana Ekonomi

Oleh:

Dwi Eka Riyanti

NIM : 13510004

Dosen Pembimbing:

Nunuk Supraptini, SE. MM

Dr. Eka Handriani, SE. MM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
(UNDARIS)**

2017

ABSTRAK

Gaya Hidup yang semakin modern membuat masyarakat semakin membutuhkan alat komunikasi sebagai alat untuk mempermudah setiap aktivitas masyarakat, tetapi juga karena semakin berkembangnya alat komunikasi handphone yang di lengkapi dengan berbagai fitur-fitur menarik dan lebih modern. Perusahaan didorong untuk lebih inovatif dalam memasarkan produk handphone khususnya handphone Samsung agar dapat bertahan dipasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli handphone Samsung di Masyarakat Kelurahan Susukan Kecamatan Ungaran Timur sebanyak 40 orang telah di survei sebagai sampel penelitian ini. Hasil uji membuktikan bahwa Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Lifestyle increasingly modern make society increasingly require a means of communication as a tool to facilitate any community activities, but also because of the growing mobile communication device that is equipped with a variety of interesting features and more modern. Companies are encouraged to be innovative in marketing products of Samsung mobile phones in particular ini order to survive in the market. The population in this study is that consumers who buy a Samsung mobile phone in Susukan kecamatan Ungaran Timur 40 people of population were surveyed as samples of this study. The test results shows Lifestyle, Price, and Product Quality has a positive effect on the dependent variable, namely the purchase decision.

Keywords: Lifestyle, Price, Product Quality, Purchasing Decision

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup modern mempengaruhi banyak orang untuk menggunakan handphone, mengingat komunikasi disaat ini adalah hal yang sangat dibutuhkan setiap orang tentunya dengan cara yang mudah dan semakin modern. Keinginan setiap orang untuk mendapatkan *handphone* bukan saja untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi melainkan perkembangan yang semakin modern saat ini membuat banyak orang yang ingin menggunakan *handphone* karena banyaknya fitur dan tentunya dapat menunjang penampilan ketika berada ditengah masyarakat. Faktor lain yang juga mempengaruhi perkembangan bisnis *handphone* yaitu kualitas produk. Ketika perusahaan menciptakan produk maka perusahaan harus bisa mengutamakan kualitas produk untuk bisa menarik minat dari konsumen. *Handphone* yang mempunyai kualitas yang baik akan dapat diterima oleh masyarakat. Faktor lainnya yang juga sangat mempengaruhi yaitu harga. Selain kualitas produk, penetapan harga juga mempengaruhi konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / *marketing mix* (4P = *product, price, place, promotion* / produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Susukan Kecamatan Ungaran Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Susukan Kecamatan Ungaran Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Susukan Kecamatan Ungaran Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada masyarakat Susukan Kecamatan Ungaran Timur.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran

pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2009).

Perilaku Konsumen

Schfman dan Kanuk (2008) menyatakan studi perilaku konsumen adalah caqra individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan kebutuhannya. Secara umum perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Gaya Hidup (X₁)

Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, dan kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu (Piliang dalam Yuliana, 2009). Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

Harga (X₂)

Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan karena unsur yang lain adalah mengeluarkan biaya (Tan, 2011:26). Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler dan Amstrong, 2008:63). Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.

Kualitas Produk (X₃)

Iswayanti (2010) mendefinisikan produk sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produknya. Pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan setia pada perusahaan. Kotler dan Amstrong (2010) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.

Keputusan Pembelian

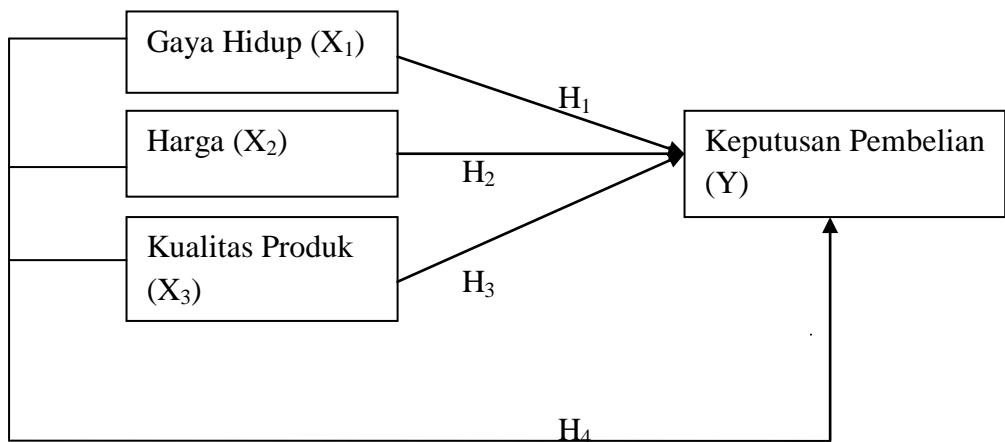
Pada umumnya keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah orang lain. Pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi (Winardi, 2010). Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah di yakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya.

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Jockson R.S Wenas (2013)	Kualitas produk, harga, Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spingbed Comfora	Uji T : Kualitas prodok, harga, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Uji F : Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Ida Ayu Harmanita Wijayanti Ni Ketut Seminari (2008)	Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku pembelian Handphone Blackberry dengan merek sebagai pemoderasi	Uji T : Gaya hidup, merek, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji F : Gaya hidup, merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
Sarini Kodu (2010)	Harga, Kualitas Produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza	Uji T : Harga, Kualitas Produk, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji F : Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis

1. Gaya Hidup diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung
2. Harga diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung
3. Kualitas Produk diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung
4. Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk diduga secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah *explanatory researt*. Atau penelitian yang bersifat menjelaskan, (Sugiono, 2008). Dalam penelitian ini mengkaji tentang pengaruh dan hubungan antara variabel bebas yaitu gaya hidup (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di masyarakat kelurahan Susukan Kecamatan Ungaran Timur dengan waktu penelitian diperkirakan selama 2 bulan.

Populasi dan Sampel

Sugiono (2012), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli handphone Samsung di masyarakat Susukan Kecamatan Ungaran Timur dengan jumlah 8.747 (Sumber dari badan pusat statistic kabupaten Semarang pada tahun 2014-2016). Dengan sampel yang didapat 40 responden.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian pustaka, pengumpulan data dari berbagai literatur dan karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam penyusunan karya tulis ini. Kuesioner, pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada masyarakat pengguna handphone Samsung.

Metode Analisis

Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Arikunto menyatakan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau kesalahan suatu alat ukur (Ridwan, 2011). Kesahihan (validitas) adalah tingkat kemampuan instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut.

Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk emngukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Tinggi rendahnya reabilitas secara empiris ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas, yang besarnya antara 0,00 hingga 1,00. Reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) maka dilakukan penghitungan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Formulasi regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian;
b₁b₂b₃ = Koefisien regresi masing-masing variabel;
X₂ = Harga;
e = Standar eror

a = Konstanta
X₁ = Gaya Hidup
X₃ = Kualitas Produk

Pengujian Hipotesa dengan Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:

1. Apabila probabilitas signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima H_a ditolak
2. Apabila probabilitas signifikansi < 0,05 maka H₀ ditolak H_a diterima

Pengujian Hipotesa dengan uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel gaya hidup (X₁), harga (X₂), kualitas produk (X₃) benar-benar berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial. Hipotesis yang digunakan adalah: H₀ = variabel-variabel bebas yaitu gaya hidup, harga, dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian H_a = variabel-variabel bebas yaitu gaya hidup, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

3. HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Variabel	No. item pertanyaan	Koefisien persen	P_value	Hasil
Gaya Hidup	1	0,780	0,008	valid
	2	0,908	0,000	valid
	3	0,838	0,002	valid
	4	0,846	0,002	valid
	5	0,954	0,000	valid
Harga	1	0,940	0,000	Valid
	2	0,953	0,000	Valid
	3	0,888	0,001	Valid
	4	0,933	0,000	Valid
	5	0,954	0,000	valid
Kualitas Produk	1	0,848	0,002	Valid
	2	0,954	0,000	Valid
	3	0,916	0,000	Valid
	4	0,936	0,000	Valid
	5	0,962	0,000	valid
Keputusan Pembelian	1	0,841	0,002	Valid
	2	0,817	0,004	Valid
	3	0,841	0,002	Valid
	4	0,872	0,001	Valid
	5	0,640	0,042	valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui r_{hitung} dari semua variabel (gaya hidup, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian) dalam semua item pertanyaan adalah valid.

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach alpha	keterangan
Gaya Hidup	0,910	Reliabel
Harga	0,957	Reliabel
Kualitas Produk	0,956	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,850	Reliabel

Pengukuran yang digunakan adalah menggunakan *cronbach alpha* yaitu apabila *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 atau 60%, maka item pertanyaan tersebut adalah reliable.

Uji Korelasi Sederhana

		Gaya_Hidup	Harga	Kualitas_ Produk	Keputusan_ Pembelian
Gaya_Hidup	Pearson Correlation	1	,258	,208	,541**
	Sig. (2-tailed)		,109	,198	,000
	N	40	40	40	40
Harga	Pearson Correlation	,258	1	,134	,641**
	Sig. (2-tailed)	,109		,411	,000
	N	40	40	40	40
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	,208	,134	1	,527**
	Sig. (2-tailed)	,198	,411		,000
	N	40	40	40	40
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,541**	,641**	,527**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diatas dapat diketahui nilai korelasi sederhana adalah terdapat hubungan positif signifikan.

Uji Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,841 ^a	,707	,683	1,095

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diatas dapat diketahui nilai korelasi berganda adalah terdapat hubungan yang positif sangat kuat.

Uji Regresi Linier Sederhana

1. Gaya hidup terhadap keputusan pembelian $Y=12,513+0,344X_1$
2. Harga terhadap keputusan pembelian $Y=11,160+0,407X_2$
3. Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian $Y=13,733+0,282X_3$

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,548	1,607		2,830	,008
	gaya_hidup	,209	,060	,329	3,473	,001
	Harga	,320	,059	,504	5,382	,000
	kualitas_produk	,209	,050	,391	4,227	,000

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dijelaskan:

- Nilai konstantan sebesar 4,548
- Nilai variabel gaya hidup sebesar 0,209
- Nilai variabel harga sebesar 0,320
- Nilai variabel kualitas produk sebesar 0,209

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,841 ^a	,707	,683	1,095

Bahwa koefisien determinasi sebesar 0,683, hal ini berarti 68,3% keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas yaitu gaya hidup (X_1), harga (X_2), Kualitas produk (X_3). Sedangkan selebihnya 31,7% diperoleh dari (100% - 68,3%) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji t (parsial)

Hasil uji t gaya hidup diketahui $t_{hitung} 3,473 > t_{tabel} 1,960$ sig. $0,001 < 0,05$ artinya gaya hidup berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian. Harga diketahui $t_{hitung} 5,382 > t_{tabel} 1,960$ sig. $0,000 < 0,05$ artinya harga berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk diketahui $t_{hitung} 4,227 > t_{tabel} 1,960$ sig. $0,000 < 0,05$ artinya kualitas produk berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian.

Uji f (simultan)

Hasil uji F diketahui $F_{hitung} 29,001 > F_{tabel} 3,260$ dengan sig. $0,000 < 0,05$ artinya gaya hidup, harga, kualitas produk simultan berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian (Y).

4. PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil statistik menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa gaya hidup, harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Saran

1. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Untuk meningkatkan minat beli bahkan keputusan pembelian, produsen sebaiknya mengetahui perilaku konsumen.
2. Harga yang baik mengenai suatu produk di benak konsumen akan mempengaruhi konsumen ketika akan melakukan pembelian.
3. Kualitas Produk yang tercipta dibenak konsumen dapat menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Saran bagi peneliti berikutnya diketahui gaya hidup, harga, kualitas produk, memiliki pengaruh positif dan signifikan. Maka sebaiknya nanti hasil penelitian dapat melengkapi penelitian ini dan masih memiliki relevansi baik secara teori maupun empiris.

DARTAR PUSTAKA

Paper dalam Jurnal

- [1] Ida Ayu Harmaita Wijayanti Ni Ketut Seminari, (2010). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merek Sebagai Pemoderasi*. <https://www.google.co.id/>
- [2] Jackson R.S. Weenas, (2013). *Kualitas produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian SPRING BED COMFORTA*. <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- [3] Sarini Kodu, (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/>
- [4] Piliang dalam Yuliana, (2009). *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian batik Tulis Danar Hadi (Studi Konsumen Wanita pada Outlet Danar Hadi di Ponogoro Surabaya)*. *Jurnal Manajemen*. Surabaya.

Buku

- [5] Gitosudarmo, Indriyo, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit : BPFE. Yogyakarta

- [6] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta.
- [7] Kotler, P., and Amstrong. G. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- [8] Kotler, P., and Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- [9] Ridwan, Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- [10] Schfman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Indeks. Jakarta.
- [11] Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- [12] Tan, Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- [13] Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT Rineka Cipta. Jakarta