

# JURNAL AKADEMIK PENDIDIKAN EKONOMI

Jurnal Hasil Penelitian

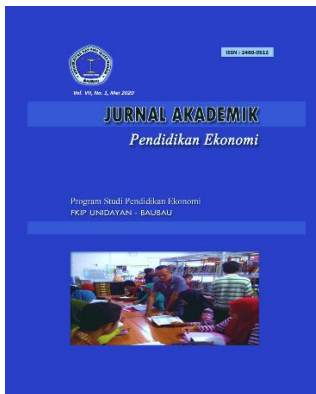
<https://www.ejournal.lppmunidayan.ac.id/index.php/ekonomi>

Print ISSN : 2460-0512  
Online ISSN : 2686-374X

**Keywords:** *Quality, Product, decision, buyer, smarthpone*

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Keputusan, Pembeli, Smarthpone,

Korespondensi Penulis:



## Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan Baubau

Alamat: Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124, Kode Pos 93721 Baubau, Sulawesi Tenggara, Indonesia.

Email:  
[pendidikanekonomi@unidayan.ac.id](mailto:pendidikanekonomi@unidayan.ac.id)

### Cara Mengutip:

Ramlan, La Ode, indah, Arma.2023. Pengaruh Kualitas Produk kepada keputusan pembeli konsumen pada merk smartphone Samsung dikelurahan Nganganaumala Kecamatan Batupoaro Kota Baubau. *Jurnal Akademika Pendidikan Ekonomi*. Volume 10 Nomor 1. Halaman 1 -6

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MERK SMARTPHONE SAMSUNG DI KELURAHAN NGANGANAUMALA KECAMATAN BATUPOARO KOTA BAUBAU

La Ode Ramlan, Arma Indah Noviati Ardin

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124 Baubau, Sulawesi Tenggara 93721, Indonesia

Email: [laoderamlan@unidayan.ac.id](mailto:laoderamlan@unidayan.ac.id)

### Abstract

The formulation of the problem in this study is how much influence product quality has on purchasing decisions for Samsung Brand Smartphones in Nganganaumala Village, Batupoaro District, Baubau City. The method used in this research is descriptive method. The subjects in this study were the people in the Nganganaumala village who used Samsung brand smartphones and the instruments in this study were the researchers themselves with data collection techniques using questionnaires and documentation. Data analysis techniques using SPSS 25 software. Based on the results of simple linear regression analysis the quality variable is positive with a t-count value of 7,925 > t-table value of 1,857 and a significance value of 0.000 < 0.05, from these results the value of the determinant coefficient ( $R^2$ ) is 0.520, this means that the quality variable has a 52% contribution to the consumer purchasing decision variable, while the remaining 27.9% is influenced by other variables not examined in this study

### Intisari

rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seberapa Besar Pengaruh kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* dikelurahan nganganaumala kecamatan batupoaro kota baubau. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana variabel kualitas bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 7.925 > nilai tabel 1.857 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen pembelian. Dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya diterima, bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap *Smartphone* merk Samsung.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini membuat masyarakat semakin mudah untuk berkomunikasi dengan cepat dan tanpa batasan. Salah satu teknologi komunikasi yang saat ini sedang populer dan memiliki kemajuan yang sangat pesat yaitu *smartphone*. *Smartphone* adalah telepon genggam pintar dengan fokus pengembangan konektivitas internet, multimedia performance, hingga fitur-fitur seperti GPS dan kamera. *Smartphone* saat ini menjadi penunjang kebutuhan hidup, dan gaya hidup masyarakat di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan bisnis, *smartphone* tersebut telah memiliki fitur-fitur yang membantu seperti kamera, E-mail, Media sosial, dan internet.

Pertumbuhan Pengguna *Smartphone* di Indonesia pada saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, diperkirakan bahwa pengguna *smartphone* pada tahun 2018 akan mencapai 100 juta orang, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat. Saat ini *smartphone* tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar yang hampir semua lapisan masyarakat Indonesia. Jumlah pemakai *Smartphone* di Indonesia setiap tahunnya meningkat.

Di Pasaran saat ini terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing dalam pasar *smartphone* di Indonesia baik merek impor maupun merek lokal, antara lain: Samsung, Apple, Asus, Xiaomi, Oppo, Lenovo, Huawei, dan lain-lain.

Masing-masing merek terus melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk-produk unggulan mereka. Melihat lingkungan persaingan bisnis yang begitu ketat, kemajuan teknologi, serta perubahan dalam kebutuhan dan permintaan konsumen yang begitu tinggi, semakin banyak jumlah produsen yang mampu memenuhi permintaan konsumen terhadap *smartphone* menyebabkan perusahaan – perusahaan tersebut harus memikirkan strategi yang mampu mereka lakukan merubut pangsa pasar *smartphone* yang sangat menjanjikan.

Para produsen *Smartphone* yang melihat sebuah fenomena bahwa semakin meningkatnya pengguna *smartphone* di Indonesia, membuat mereka berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk menguasai pasar pasar *Smartphone* di Indonesia.

Menurut Kotler dan Keller ( dalam Nurdiana dan Henny Welsa,;2017) menjelaskan bahwa perusahaan yang cerdas akan berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh, pengalaman-pengalaman yang mereka rasakan akan menjadi bahan pembelajaran untuk memilih, mengguakan, dan bahkan menyingkirkn produk. Selanjutnya Kotler dan Keller (2009),

berpendapat bahwa kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian dari seseorang mengenai kinerja produk dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Menurut Kotler dan Keller ( dalam Nurdiana dan Henny Welsa,;2017) Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristi produk atau jasa yang berdasar pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat,. Kotler juga menjelaskan citra merek adalah cerminan atas janji yang diucapkan oleh produsen kepada konsumen atas kualitas produk yang dihasilkan,

Pada hakekatnya para Produsen *SmartPhone* berlomba-lomba untuk selalu membuat terobosan baru yang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Seperti halnya dengan produsen *Smartphone* Samsung yang selalu membuat inovasi dan terobosan baru pada setiap *Smartphoone* yang diproduksinya yang bertujuan untuk memenuhi kebetuhan Masyarakat Indonesia seiring semakin canggihnya teknologi di zaman sekarang ini.

Di Indonesia pengguna *Smartphone* Samsung sangatlah banyak salah satunya di Kota Baubau banyak sekali Masyarakat Kota Baubau yang menggunakan *Smartphone* keluaran Samsung ini entah itu karena fitur yang dibuat dari setiap produksi *Smartphone* ini yang semakin canggih atau ada faktor lain yang menyebabkan Masyarakat di Kota Baubau sangat tertarik untuk membeli *Smartphone* merk ini.

Berdasarkan permasalahan diatas maka Penulis berinisiatif untuk meneliti pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek *smartphone* samsung di kota baubau.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis korelasi regresi sederhana. Analisis ini akan digunakan dalam menguji besarnya pengaruh kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung di Kota Baubaudengan menggunakan rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

Keterangan:

Y = Variabel dependen Keputusan Pembeli

X = Variabel independen Kualitas Produk

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi yang menggambarkan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap Y.

Untuk mencari nilai a dan b

$$a = \frac{\Sigma Y(\Sigma X^2)^2 - \Sigma X \Sigma XY}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Untuk menghitung koreasi (r) yaitu hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen :

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi  
 $\Sigma X$  : Jumlah skor variabel X  
 $\Sigma Y$  : Jumlah skor variabel Y  
 $\Sigma XY$  : Jumlah hasil kali skor X dan skor Y  
 $\Sigma X^2$  : Jumlah skor variabel X yang dikuadratkan  
 $\Sigma Y^2$  : Jumlah skor variabel Y yang dikuadratkan  
 $n$  : Jumlah sampel

Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 1. Karakter Responden

Responden pada penelitian ini adalah Masyarakat di wilayah Nganganumala sebanyak 60 responden sebagai sampel penelitian yang dipilih secara acak. Hasil penelitian diperoleh peneliti secara online dan memiliki karakteristik yang dapat di klasifikasikan menurut jenis kelamin, usia dan pekerjaan dengan karakteristik sebagai berikut:

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah    | %           |
|---------------|-----------|-------------|
| Laki laki     | 28        | 46,7%       |
| Perempuan     | 32        | 53,3%       |
| <b>Total</b>  | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Data Primer

Hasil analisis pada tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini peneliti melibatkan sebanyak 60 responden yang terdiri dari 28 orang (46,7%) Laki laki dan 32 orang (53,3%) Perempuan.

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Tahun 2022**

| Umur         | Jumlah    | %           |
|--------------|-----------|-------------|
| 18-20        | 11        | 18,3%       |
| 21-23        | 24        | 39,9%       |
| 24-26        | 18        | 30%         |
| 27-28        | 5         | 8,3%        |
| 30-47        | 2         | 3,4%        |
| <b>Total</b> | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Sumber Data Primer

Berdasarkan analisis tabel 4.2 didapatkan hasil responden dengan kriteria usia 18-20 tahun sebanyak 11 orang (18,3%), 21-23 tahun sebanyak 24 orang (39,9%), 24-26 tahun sebanyak 18 orang (30%), 27-28 tahun sebanyak 5 orang (8,3%), dan 30-47 tahun sebanyak 2 orang (3,4%)

**Tabel. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2022**

| Pekerjaan           | Jumlah    | %           |
|---------------------|-----------|-------------|
| Belum Bekerja       | 9         | 15%         |
| Karyawan Swasta     | 19        | 31,7%       |
| Mahasiswa/Mahasiswa | 29        | 48,3%       |
| Guru/Dosen          | 2         | 3,3%        |
| Pegawai Negeri      | 1         | 1,7%        |
| <b>Total</b>        | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Sumber Data Primer

responden dengan kriteria pekerjaan untuk responden yang belum bekerja sebanyak 9 orang (15%), karyawan swasta sebanyak 19 orang (31,7%), mahasiswa/mahasiswa sebanyak 29 orang (48,3%), guru/dosen sebanyak 2 orang (3,3%), dan pegawai negeri sebanyak 1 orang (1,7%).

Berdasarkan analisis tabel 4.3 didapatkan responden dengan kriteria pekerjaan untuk responden yang belum bekerja sebanyak 9 orang (15%), karyawan swasta sebanyak 19 orang (31,7%), mahasiswa/mahasiswa sebanyak 29 orang (48,3%), guru/dosen sebanyak 2 orang (3,3%), dan pegawai negeri sebanyak 1 orang (1,7%).

#### a. Analisis Persepsi Responden Mengenai Kualitas

Analisis persepsi responden mengenai kualitas dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokkan berdasarkan

jawaban setiap pertanyaan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi kualitas terdiri dari 10 pertanyaan.

Berdasarkan pada hasil perhitungan jumlah skor dari masing-masing pertanyaan pada variabel (X) kualitas *Smartphone* merk Samsung menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variable kualitas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik atas variable kualitas yang ditawarkan oleh *Smartphone* Merk Samsung kepada konsumennya.

Rata-rata skor angka jawaban variable kualitas diperoleh sebesar 243 yang beradapada interval 205 – 252 yang berarti berada dalam kategori “Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa *Smartphone* Merk Samsung memberikan produk yang berkualitas menurut konsumennya.

### b. Analisis Persepsi Responden Mengenai Keputusan Konsumen Membeli *Smartphone* Samsung

Analisis persepsi responden mengenai keputusan pembelian konsumen dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokkan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya.

Persepsi keputusan pembelian konsumen terdiri dari 5 pertanyaan. Berdasarkan pada hasil perhitungan jumlah skor dari masing-masing pertanyaan pada variabel (Y) Keputusan Pembelian Konsumen menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variable keputusan pembelian, diketahui bahwa Sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik dengan memberikan jawaban setuju mengenai keputusan membeli produk *Smartphone* Merk Samsung.

Rata-rata skor angka jawaban variable keputusan pembelian diperoleh sebesar 248 yang beradapada interval 205 – 252 yang berarti dalam kategori “Baik”.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang diberikan yang ditetapkan oleh perusahaan berperan penting terhadap keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian *Smartphone* Merk Samsung.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* merk Samsung digunakan rumus persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Produk

Untuk mencari nilai a dan b.

Hasil analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan bantuan program computer SPSS versi 25 adalah sebagai berikut :

### Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Coefficients

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig  |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)   | 3.888                       | 2.093      |                           | 1.857 | .068 |
| KualitasProduk | .406                        | .051       | .721                      | 7.925 | .000 |

Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Sumber : Output data SPSS, tahun 2022

hasil analisis regresi linear sederhana diatas dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 25 maka diperoleh persamaan linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 3.888 + 0,406$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut

1) Nilai konstanta sebesar 3.888 di dapat melalui hasil perhitungan jumlah skor variable Y dikali jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X dikali jumlah hasil dari skor variabel X dan Y dibagi hasil dari jumlah sampel dikali jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X yang dikuadratkan, menunjukkan bahwa jika variable kualitas produk *Smartphone* Samsung sama dengan nol maka keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan menurun.

2) Koefisien regresi kualitas sebesar 0,406 didapatkan dari hasil jumlah sampel di kali jumlah hasil dari skor Variabel X dan Y dikurangi jumlah skor variabel X dikali Jumlah skor variabel Y kemudian di bagi dengan hasil dari jumlah sampel dikali Jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X yang dikuadratkan, menunjukkan kualitas produk merupakan faktor keputusan pembelian konsumen, pada *Smartphone* Samsung.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ditingkatkan maka tingkat keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan meningkat.

### c. Uji Korelasi ( r )

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui sebesarapa besar tingkat hubungan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen di pengaruhi oleh variabel independent kualitas produk.

Hasil uji korelasi ( r ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Hasil Uji Korelasi ( r ) Model Summary**  
 hasil analisis data dengan menggunakan

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .721 <sup>a</sup> | .520     | .512              | 3.332                      |

Sumber : Dari olah data tahun 2022

output SPSS, maka di peroleh hasil korelasi sederhana adalah  $r = 0,721$  artinya bahwa hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen sisanya 27,9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Dari hasil tersebut nilai koefisien determinan (  $R^2$  ) sebesar 0,520 hal ini berarti bahwa variabel kualitas ( X ) mempunyai kontribusi sebesar 52% terhadap variabel keputusan pembelian konsumen ( Y ).  
 sedangkansisanyaitu 27,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana variabel kualitas bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 7.925 > nilai tabel 1.857 dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen pembelian. Dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya diterima, bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap *Smartphone* merk Samsung.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah Masyarakat di wilayah Ngangaumala sebanyak 60 responden sebagai sampel penelitian yang dipilih secara acak. Hasil penelitian diperoleh peneliti secara online dan memiliki karakteristik yang dapat di klasifikasikan menurut jenis kelamin, usia dan pekerjaan dengan karakteristik sebagai berikut:

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah    | %           |
|---------------|-----------|-------------|
| Laki laki     | 28        | 46,7%       |
| Perempuan     | 32        | 53,3%       |
| <b>Total</b>  | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Sumber Data Primer

Hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini peneliti melibatkan sebanyak 60 responden yang terdiri dari

28 orang (46,7%) Laki laki dan 32 orang (53,3%) Perempuan.

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Tahun 2022**

| Umur         | Jumlah    | %           |
|--------------|-----------|-------------|
| 18-20        | 11        | 18,3%       |
| 21-23        | 24        | 39,9%       |
| 24-26        | 18        | 30%         |
| 27-28        | 5         | 8,3%        |
| 30-47        | 2         | 3,4%        |
| <b>Total</b> | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Sumber Data Primer

Berdasarkan analisis tabel didapatkan hasil responden dengan kriteria usia 18-20 tahun sebanyak 11 orang (18,3%), 21-23 tahun sebanyak 24 orang (39,9%), 24-26 tahun sebanyak 18 orang (30%), 27-28 tahun sebanyak 5 orang (8,3%), dan 30-47 tahun sebanyak 2 orang (3,4%).

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2022**

| Pekerjaan           | Jumlah    | %           |
|---------------------|-----------|-------------|
| Belum Bekerja       | 9         | 15%         |
| Karyawan Swasta     | 19        | 31,7%       |
| Mahasiswa/Mahasiswa | 29        | 48,3%       |
| Guru/Dosen          | 2         | 3,3%        |
| Pegawai Negeri      | 1         | 1,7%        |
| <b>Total</b>        | <b>60</b> | <b>100%</b> |

Sumber Data Primer

Berdasarkan analisis tabel 4.3 didapatkan responden dengan kriteria pekerjaan untuk responden yang belum bekerja sebanyak 9 orang (15%), karyawan swasta sebanyak 19 orang (31,7%), mahasiswa/mahasiswa sebanyak 29 orang (48,3%), guru/dosen sebanyak 2 orang (3,3%), dan pegawai negeri sebanyak 1 orang (1,7%).

### d. Analisis Persepsi Responden Mengenai Kualitas

Analisis persepsi responden mengenai kualitas dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokkan berdasarkan jawaban setiap pertanyaan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi kualitas terdiri dari 10 pertanyaan.

Berdasarkan pada hasil perhitungan jumlah skor dari masing-masing pertanyaan pada variabel ( X ) kualitas *Smartphone* merk Samsung menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variabel kualitas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik atas variabel kualitas yang ditawarkan oleh *Smartphone* Merk Samsung kepadanya.

Rata-rata skor angka jawaban variabel kualitas diperoleh sebesar 243 yang beradapada interval 205 - 252 yang berarti berada dalam kategori "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa *Smartphone* Merk Samsung memberika n produk yang berkualitas menurut konsumennya.

**e. Analisis Persepsi Responden Mengenai Keputusan Konsumen Membeli Smartphone Samsung**

Analisis persepsi responden mengenai keputusan pembelian konsumen dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya.

Persepsi keputusan pembelian konsumen terdiri dari 5 pertanyaan. Berdasarkan pada hasil perhitungan jumlah skor dari masing-masing pertanyaan pada variabel Keputusan Pembelian Konsumen menunjukkan bahwa anggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik dengan memberikan jawaban setuju mengenai keputusan pembelian produk *Smartphone* Merk Samsung.

Rata-rata skor angka jawaban variabel keputusan pembelian diperoleh sebesar 248 yang berada pada interval 205 – 252 yang berarti dalam kategori “Baik”.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang diberikan yang ditetapkan oleh perusahaan berperan penting terhadap keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian *Smartphone* Merk Samsung.

**f. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* merk Samsung digunakan rumus persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Produk

Untuk mencari nilai a dan b.

Hasil analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan bantuan program computer SPSS versi 25 adalah sebagai berikut :

**Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Coefficients**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            |
|--------------|-----------------------------|------------|
|              | B                           | Std. Error |
| 1 (Constant) | 3.888                       | 2.093      |

|                 |      |      |
|-----------------|------|------|
| Kualitas Produk | .406 | .051 |
|-----------------|------|------|

Dependent Variable : Keputusan Pembelian Konsumen

Sumber : Output data SPSS, tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.4 hasil analisis regresi linear sederhana di atas dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 25 maka diperoleh persamaan linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 3.888 + 0,406X$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut

3) Nilai konstanta sebesar 3.888 didapat melalui hasil perhitungan jumlah skor variabel Y dikali jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X dikali jumlah hasil dari skor variabel X dan Y dibagi hasil dari jumlah sampel dikali jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X yang dikuadratkan, menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk *Smartphone* Samsung sama dengan nol maka keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan menurun.

4) Koefisien regresi kualitas sebesar 0,406 didapat dari hasil jumlah sampel di kali jumlah hasil dari skor Variabel X dan Y dikurangi jumlah skor variabel X dikali jumlah skor variabel Y kemudian di bagi dengan hasil dari jumlah sampel dikali jumlah skor variabel X yang dikuadratkan dikurangi jumlah skor variabel X yang dikuadratkan,

menunjukkan kualitas produk merupakan faktor keputusan pembelian konsumen, pada *Smartphone* Samsung.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ditingkatkan maka tingkat keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas,

makadapat disimpulkan bahwa kualitas produk ditingkatkan maka tingkat keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan meningkat.

**g. Uji Korelasi ( r )**

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel independen kualitas produk.

Hasil uji korelasi ( r ) dapat dilihat pada tabel berikut

| Model | Standardized Coefficients |           | R    | R Square | Adjusted R Square |
|-------|---------------------------|-----------|------|----------|-------------------|
|       | Beta                      | Std. Beta |      |          |                   |
| 1     | .721 <sup>a</sup>         |           | .520 | .857     | .068              |

Sumber : Dari olah data tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.5 hasil analisis data dengan menggunakan *output* SPSS, maka di peroleh

hasil korelasi sederhana adalah  $r = 0,721$  artinya bahwa hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen sisanya 27,9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Dari hasil tersebut nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,520 hal ini berarti bahwa variabel kualitas (X) mempunyai kontribusi sebesar 52% terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Sedangkan sisanya yaitu 27,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana variabel kualitas bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar  $7.925 >$  nilai tabel  $1.857$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya diterima, bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap *Smartphone* merk Samsung.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada merk *smartphone* Samsung di Kelurahan Nganganaumala Kecamatan Batupopara Kota Baubau yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3.888 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk *Smartphone* Samsung sama dengan nol maka keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung akan menurun.
2. Koefisien regresi kualitas sebesar 0,406 menunjukkan kualitas produk merupakan faktor keputusan pembelian konsumen, pada *Smartphone* Samsung.
3. Hasil korelasi sederhana adalah  $r = 0,721$  artinya bahwa hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen sisanya 27,9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Dari hasil tersebut nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,520 hal ini berarti bahwa variabel kualitas (X) mempunyai kontribusi sebesar 52% terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Sedangkan sisanya yaitu 27,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis mengajukan saran antara lain :

1. Diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas secara teoritis dan praktis, dan diharapkan penelitian ini perlu dicoba lagi mendalam dengan sampel yang lebih besar

lagi untuk mendapatkan hasil yang baik dan maksimal.

2. Mampu memberikan inspirasi pada banyak orang terutama pemerintah bahwa untuk menemukan masalah maka disana akan ditemukan peluang bisnis untuk dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

Cahya, E. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sny Xperia Z Serie Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. 3-5.

Dkk, M. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian SMARTPHONE Merek Samsung. *Jurnal Pengertian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1 2018*, 161.

dkk, N. P. (2021). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata Vol. XI No.2*, 14-15.

Kalesaran, I. T. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktifitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa fispol Unsrat Manado. *e-journal "Acta diurna" Volume Vi. No. 1. Tahun 2017*, 5.

Kotler, P and G. Amstrong. 2004. *Marketing Management : An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisa perencanaan dan Pengendalian* Jakarta: PT Prenhallindo.

Made Tiya Yogi SouariLuh Wayan Sayang Telagawathi dan Ni Nyoman YulianthiniNi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma : Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No.1, 1.

RifalMuhammad. (2018). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Smartphone Xiaomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Counter

Warna-Warni Cell. Reposytori Universitas  
Muhammadiyah Makassar, 41-45.

SulistyawatiPraba. (2011). Analisis Pengaruh Citra  
Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang.  
Reposytori Universitas diponegoro, 1.

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa ). *Jurnal  
Manajemen Vol 7 No. 1*, 17-18.



