

**DAMPAK KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN SMARTPHONE XIAOMI
(STUDI PADA PENGGUNA SMARTPHONE KECAMATAN MALO BOJONEGORO)**

Achmad Safi'i

Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI BOJONEGORO (Achmad Safi'i)
email: achmadsafii2323@gmail.com

Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI BOJONEGORO (M.Zainudin)
email: Mzainudinbojonegoro@gmail.com

Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI BOJONEGORO (Ali Mujahidin)
email: ali.mujahidin17@gmail.com

ABSTRACT

Safii, Achmad, 2021. *The Impact of Product Quality and Price on Purchase Decisions Mediated by Xiaomi Smartphone Consumer Satisfaction (Study on Smartphone Users in Malo Bojonegoro District)*. Thesis, Economic Education Study Program, Faculty of Social Sciences, IKIP PGRI Bojonegoro, Supervisor (I) Dr. M. Zainudin. M.Pd. (II) Ali Mujahidin, S.Pd., M.M.

Competition in the business world is getting tighter making entrepreneurs look for the right strategy to market their products. Every business person in each business category is required to have sensitivity to any changes that occur and to place orientation to customer satisfaction as the main objective. This research aims to find out and analyze the impact of product quality on purchasing decisions by mediated by customer satisfaction. This study used questionnaire instruments using measurement scales to obtain quantitative data. The scale used is a likert scale that can be interpreted as a measurement. The likert scale shows how strongly the subject is response, whether agreeing or disagreeing. The results showed that the hypotheses on which the object of this study was proven. Respondents who answered the questionnaire from the researchers showed a strong percentage leading to agreed option. Therefore, it can be concluded that the purchase decision has a relationship with the quality of the product, consumer satisfaction and price.

Keywords: Purchase Decision, Consumer Satisfaction, Smartphone

ABSTRAK

Safii, Achmad, 2021. *Dampak Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi (Studi Pada Pengguna Smartphone Kecamatan Malo Bojonegoro)*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro, Pembimbing (I)Dr. M. Zainudin. M.Pd. (II) Ali Mujahidin, S.Pd., M.M.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Setiap pelaku usaha ditiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa dampak kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran untuk mendapatkan data kuantitatif. Skala yang digunakan adalah skala likert (*Likert Scale*) yang dapat diartikan sebagai pengukuran. Skala likert

menunjukkan seberapa kuat subjek terhadap respon, baik setuju ataupun tidak setuju. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis-hipotesis pada yang dijadikan objek penelitian ini terbukti. Responden yang menjawab kuesioner dari peneliti menunjukkan presentase yang kuat mengarah pada opsi setuju. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian terdapat hubungan keterkaitan dengan kualitas produk, kepuasan konsumen serta harga.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen, Smartphone

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler dan Keller, 2007). Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak semakin tinggi persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha. perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era milenium harus memiliki strategi memahami perilaku konsumen.

Kebutuhan, pemakaian, dan pemanfaatan *smartphone* yang pada awalnya hanya digunakan sebagai alat komunikasi, sekarang barang tersebut telah menjadi barang multifungsi yang antara lain dapat digunakan untuk masuk dunia *cyber* dan jejaring sosial. *Smartphone* sangat bermanfaat bagi kemudahan dalam penyelesaian pekerjaan dalam berbagai profesi.

Pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Konsumen dipengaruhi oleh karakteristik kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi. Mempelajari dan memahami perilaku konsumen akan memberikan petunjuk bagi pemasar dalam mengembangkan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, dan elemen bauran pemasaran lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat tiga macam variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Kualitas Produk (X_1) Harga Produk (X_2)
2. Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independen*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian
3. Variabel mediasi merupakan variabel yang memengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen

Keterkaitan antara beberapa variabel dalam rancangan penelitian ini dijelaskan dalam gambar berikut ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen pada Smartphone Xiaomi dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikemukakan oleh peneliti sebelumnya, Ahmad *et. al* (2019) yang mendapatkan hasil yang sama yaitu kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, keputusan produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi, semakin baik kualitas produk nya maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

- b. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan peneliti terdahulu, Mahanani (2018) Semakin tinggi harga yang ditawarkan akan menurunkan keputusan membelinya karena harga yang ditawarkan masih dianggap mahal. Dengan demikian, harga tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi, semakin turun atau naik harga maka tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

- c. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikemukakan oleh peneliti sebelumnya,

Dengan demikian, kepuasan konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Xiaomi, semakin baik konsumen merasa puas dengan produk

Smartphone Xiaomi maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

- d. Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini didukung oleh peneliti tersahulu Ahmad *et. al* (2019) yang mendapatkan hasil yang sama yaitu kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Smartphone Xiaomi, semakin baik produk yang diberikan maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

- e. Pengaruh harga terhadap Kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rizki (2019) bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. ,Dengan demikian, harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Smartphone Xiaomi, semakin harga yang diberikan murah maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

- f. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen. Artinya, ketika kualitas produk perusahaan baik melalui kepuasan konsumen maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Suharyanto (2019) yang menyatakan kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pengaruh harga

terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen. Artinya, ketika harga naik atau turun melalui kepuasan konsumen maka itu tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

SIMPULAN

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian secara langsung. Dengan demikian hipotesis H1 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas produk yang diberikan smartphone xiami maka keputusan pembelian perusahaan akan semakin baik.
2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara langsung. Dengan demikian hipotesis H2 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian secara langsung. Dengan demikian hipotesis H3 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan semakin baik tingkat kepuasan konsumen yang diberikan smartphone xiami maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen secara langsung. Dengan demikian hipotesis H4 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan semakin baik tingkat kualitas produk yang diberikan smartphone xiami maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif

Hal ini sejalan dengan penelitian Suharyanto (2019) yang menyatakan kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk.

terhadap variabel kepuasan konsumen secara langsung. Dengan demikian hipotesis H5 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan semakin baik tingkat harga yang diberikan smartphone xiami maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis H6 dalam penelitian ini dapat diterima.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel secara tidak langsung harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis H7 dalam penelitian ini dapat diterima.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, dkk (2019). "Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Fif Group Manado." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 7 (3):2811–20
- Alfiera Rizki Rachmani, A. B. (2019). *Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Alat Komunikasi Perusahaan Dengan Para Stakeholder*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arief Adi. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36*. Bandung: Aprilia Pravianti Salim. 2018. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pasta Gigi Formula*. Semarang: Skripsi
- David L. Goetsch dan Stanley B. Davis. 2002. *Pengantar Manajemen Mutu 2, Ed. Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Prenhalindo.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 1999. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3, Tahun 1999.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Melissa Paendong, Maria V. J. Tielung. 2016. *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No.04 Tahun 2016
- Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Buchari Alma, Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sekaran, Uma, (2006), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4*, Jakarta: Salemba Empa
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Suharyanto, Toto & Majid, Abdul. (2013). *Asuhan Keperawatan Pada Klien Dengan Gangguan Sistem Perkemihan*. Jakarta: TIM
- Kristianto, A.D. dan Wahyudi, T.A. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis.2(2):117-126.
- Kurniawati, D. 2014. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).14 (2):1-9.
- Lutfiana, A dan W. Andi.2011. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Antara Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Merek Aqua*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Sangadji, E. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sanjaya, W et al. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Reputasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Mie Instan Merek Indomie Di Kota Denpasar* : E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. Bali. (5)4:877-905