

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone

Zhusuf Falhamdany & Maharani Ikaningtyas

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010122@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone. Sampel penelitian ini adalah sepuluh orang dengan menggunakan metode ulasan produk di website dan e-commerce. Metode penelitian data menggunakan analisis regresi sederhana dengan analisis sentimen. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $Y = 0,75 + 0,125X$.

Kata Kunci: Produk; Pembelian; Smartphone; Konsumen, Website.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality on purchasing decisions for smartphone products. The sample for this research was ten people using the product review method on websites and e-commerce. The data research method uses simple regression analysis with sentiment analysis. Based on the research results, it was found that product quality variables influence purchasing decisions on smartphone products. The research results show that the value of $Y = 0.75 + 0.125X$.

Keywords: Product, Purchase, Smartphone, Consumer, Website.



1. PENDAHULUAN

Di era teknologi yang serba cepat dan kebutuhan sehari-hari, setiap orang memerlukan smartphone agar dapat memudahkan aktivitas yang dijalankan sehari-hari. Ilmu pengetahuan mengenai teknologi dan informasi yang terus berkembang bisa dilihat dengan perubahan yang semakin canggih khususnya di smartphone.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Metode Penelitian ini melakukan observasi dengan populasi masyarakat yang mengulas produk smartphone di internet. Sampel merupakan bagian dari populasi tersebut berupa jumlah dan karakteristik data (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini sebanyak 10 pengulas produk smartphone di internet yang memenuhi kriteria pengambilan sampel dengan pendekatan purposive sampling.

Operasional dan Pengukuran Variabel

Kualitas Produk (X)

Menurut Gunawan (2022), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat 3 indikator pengukuran yang mempengaruhi kualitas produk smartphone, yaitu:

1. Daya tahan produk
2. Desain produk
3. Keistimewaan produk

Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Fahmi (2016) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Terdapat 3 indikator pengukuran yang mempengaruhi keputusan pembelian produk smartphone, yaitu:

1. Kepercayaan konsumen
2. Waktu pembelian konsumen
3. Pembelian ulang konsumen

Teknik Analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini dengan pendekatan analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat, sehingga dapat memperoleh hasil dari hubungan antara 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat untuk penelitian ini. Rumus dari analisis regresi sederhana untuk penelitian ini, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Y= Variabel terikat

X= Variabel bebas

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b= Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Penelitian ini juga menggunakan analisis sentimen terhadap teks ulasan konsumen untuk mengukur kualitas produk (X) dalam skala 1-3, yang digunakan sebagai variable bebas dalam analisis regresi sederhana. Melalui analisis sentimen, setiap ulasan dikategorikan sebagai sentimen positif, netral, atau negatif, yang selanjutnya dikonversi ke dalam nilai numerik. Nilainilai ini digunakan dalam regresi sederhana untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Y) yang meliputi kepercayaan, waktu pembelian, dan pembelian ulang konsumen. Rincian skala 13, yaitu

1. Skala 1 = Negatif
2. Skala 2 = Netral
3. Skala 3 = Positif

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Regresi Linier Sederhana

Hasil penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan analisis sentimen untuk mengukur kualitas produk (X).

Tabel. 1 Data Survei berdasarkan ulasan melalui website dan e-commerce smartphone.

Konsumen	Kualitas Produk (X)	Keputusan Pembelian (Y)
1	3	1
2	2	1
3	3	1
4	3	2
5	3	1
6	3	1
7	3	1
8	2	1
9	3	1
10	3	1

Sumber: (Samsung.com, Xiaomi Indonesia, Tokopedia)

$$\sum X = 3+2+3+3+3+3+2+3+3 = 28$$

$$\sum Y = 1+1+1+2+1+1+1+1+1 = 11$$

$$\sum XY = (3 \times 1) + (2 \times 1) + (3 \times 1) + (3 \times 2)$$

$$+ (3 \times 1) + (3 \times 1) + (3 \times 1) +$$

$$(2 \times 1) + (3 \times 1) + (3 \times 1) = 31$$

$$\sum X^2 = 3^2 + 2^2 + 3^2 + 3^2 + 3^2 + 3^2 + 3^2$$

$$+ 2^2 + 3^2 + 3^2 = 80$$

Dari data survei tersebut, dapat diambil untuk menghitung hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

$$b = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{10(31) - (28)(11)}{10(80) - (28)^2}$$

$$b = \frac{310 - 308}{800 - 784} = \frac{2}{16} = 0,125$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{N}$$

$$a = \frac{11 - 3,5}{10} = \frac{7,5}{10} = 0,75$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,75 + 0,125X$$

- Persamaan regresi $Y = 0,75 + 0,125X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepercayaan, waktu pembelian, dan pembelian ulang konsumen dalam skala kualitas produk (X), keputusan pembelian (Y) diperkirakan akan meningkat sebesar 0,125 kepercayaan, waktu pembelian, dan pembelian ulang konsumen.
- Intercept $a = 0,75$ menunjukkan bahwa ketika kualitas produk bernilai 0

(meskipun tidak mungkin dalam konteks ini), keputusan pembelian diprediksi negatif, tetapi ini hanya nilai teoritis yang tidak perlu dipertimbangkan secara praktis.

Kesimpulan dari analisis ini menunjukkan bahwa ulasan konsumen mengenai kualitas produk (berdasarkan sentimen yang dikonversi ke skala 1-3 berpengaruh positif terhadap jumlah pembelian. Semakin positif ulasan mengenai kualitas produk, semakin tinggi tingkat kepercayaan, waktu pembelian, dan pembelian ulang konsumen.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini, yaitu dapat dijadikan gambaran mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian pada produk *smartphone*. Sehingga, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk dengan mengevaluasi desain-desain *smartphone* yang berkembang di era sekarang dan melakukan perbaikan pada produk *smartphone* agar konsumen dapat mengambil keputusan pembelian dengan baik. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu data survei hanya dari ulasan website *smartphone* dan *e-commerce*, jumlah responden yang kurang, dan skala yang hanya 1-3 untuk menentukan penilaian terhadap produk *smartphone*, sehingga data yang dianalisis belum dapat menjadi hal secara umum, dengan ini pada penelitian selanjutnya untuk dapat mengambil data survei dari responden langsung yang bias disebar melalui google form, menambah jumlah responden, dan menambah skala penilaian produk *smartphone* dari 1-10 agar dapat lebih kompleks data tersebut serta memperluas jangkauan objek penelitian.

REFERENSI

- Ibrahim, M, S. Marijam Thawil. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB). 4 (1): 177-181.

-
- Nofta Martini, A, A. Feriyansyah, S. Venanza. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan*. 3 (1): 45.
- Tua, G.V.M, Andri, I.M. Andariyani. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Jukim*. 1 (4): 140-141.
- Parulian, T. 2020. Analisis Regresi Sederhana.<https://tohapparulian.blog.uma.ac.id/w> p-content/uploads/sites/156/2020/04/P-7-Statistika-2-T.Parulian- Analisis-Regresi-Sederhana.pdf. Diakses tanggal 6 Oktober 2024.