

**INFLUENCE OF QUALITY AND FEATURES ON PURCHASE DECISIONS ON
SAMSUNG GALAXY A SERIES SMARTPHONE**
(Case Study of Darwan Ali University Students in Sampit)

Amalia Nur Widia¹, Rayuwanto²

¹ Faculty of Business, Darwan Ali University, Sampit, Indonesian

History of Article : receive January 2021, accepted February 2021, published March 2021

Abstract - This study aims to determine the effect of the quality and features possessed by smartphones on the purchase decision of the Samsung A Series. The population of this study were Darwan Ali University students and as many as 80 students became the research sample using random sampling. Multiple linear regression analysis will be used because the regression model is free from multicollinearity, normality, and heteroscedasticity. The results of this study indicate that: quality and features has a positive and significant effect on purchasing decisions. Quality and features are able to describe the decision to buy a smartphone by 30.7%.

Keywords: Quality, Features, and Purchase Decisions

**PENGARUH KUALITAS DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A SERIES**
(Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Darwan Ali Di Sampit)

Amalia Nur Widia, Rayuwanto

¹Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Indonesia
email: [1amalianw22.an@gmail.com](mailto:amalianw22.an@gmail.com)

²Fakultas, Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Indonesia
email: [2wanto190370@gmail.com](mailto:wanto190370@gmail.com)

Abstrak - Penelitian ini berfokus untuk menemukan pengaruh dari kualitas dan fitur yang dimiliki oleh *smartphone* pada keputusan pembelian Samsung A Series. Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Darwan Ali dan sebanyak 80 mahasiswa menjadi sampel penelitian dengan menggunakan *random sampling*. Analisis regresi linier berganda akan digunakan karena model regresi bebas dari multikolinieritas, normalitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas dan fitur mampu menggambarkan keputusan dalam membeli sebuah *smartphone* sebesar 30,7%.

Kata kunci: Kualitas, Fitur, dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Begitu banyak *smartphone* beredar di pasaran dengan berbagai merek maupun atribut yang bervariasi seperti fitur yang beragam dan berkualitas dari merek yang terkenal maupun yang baru saja muncul di pasaran. Terdapat perusahaan *smartphone* yang menciptakan dan meng-upgrade produknya dalam hitungan bulan dengan fitur beragam dan semakin berkualitas agar *smartphone* mereka selalu memiliki kualitas

terbaik untuk bersaing di dunia pasar. *Smartphone* Samsung yang dari dulu hingga sekarang menjadi *smartphone* yang mampu bersaing dengan merek lainnya. Perusahaan Samsung pun juga selalu mengupgrade dan mengeluarkan *smartphone* seri terbarunya yaitu Samsung A Series. Samsung A series merupakan seri terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan Samsung, pada series terbarunya ini Samsung berusaha menyempurnakan kualitas dan melengkapi fitur yang belum ada

pada series sebelumnya. Hingga sekarang Samsung tetap menjadi produk *smartphone* yang dikenal oleh masyarakat, bahkan penjualannya merupakan yang tertinggi dalam dua tahun terakhir. Berikut ini merupakan data penjualan *smartphone* Samsung:

Tabel 1. Data Penjualan Smartphone (dalam ribuan)

Vendor	Unit (2018)	Unit (2019)
Samsung	72.336,4	74.111,8
Huawei	49.846,5	58.055,7
Apple	44.715,1	38.522,9
Xiomi	32.825,5	33.191,5
Oppo	28.511,1	28.112,2
Others	146.096,1	134.913,9
Total	374.330,70	366.908,00

Sumber: Kompas.com

Walaupun banyak *smartphone* pendatang baru dengan kualitas maupun fitur yang beragam dan mempunyai pesaing seperti Huawei dan Apple yang juga mempunyai kualitas yang bagus namun Samsung mampu bertahan di posisi teratas. Samsung hingga sekarang tetap terus meng-upgrade kualitas dan fitur menjadi lebih baik dengan berbagai tipe yang mereka miliki, sehingga mampu bertahan di pasaran. Jurnal penelitian mengenai kualitas dan fitur produk *smartphone* yang dilakukan oleh Rifal (2018); Pardede dan Haryadi (2017); Arifiana, dkk (2014); Fathoni (2017); Ogi, dkk (2018) menyatakan bahwa kualitas dan fitur yang ada pada sebuah *smartphone* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan jurnal kualitas dan fitur produk yang dilakukan oleh Anastasia dan Yulia (2014); Kirana, dkk (2008); Islamey (2019); Utami (2018) menyatakan bahwa kualitas dan fitur yang ada pada sebuah *smartphone* memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian perlu dilakukan untuk menguji kembali pengaruh kualitas dan fitur yang ada pada sebuah *smartphone* terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Rancangan kuantitatif akan dipergunakan di dalam penelitian. *Random sampling* akan digunakan untuk menentukan total sampel yang akan menjadi responden, kemudian data penelitian dikumpulkan menggunakan sebuah instrumen penelitian (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini akan menguji pengaruh kualitas sebagai X1 dan fitur sebagai X2 terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung sebagai Y.

Simple random sampling digunakan untuk menentukan banyaknya mahasiswa yang menjadi responden baik untuk kuesioner uji coba maupun untuk data yang akan dianalisis, dimana semua mahasiswa Universitas Darwan Ali memiliki peluang untuk menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2012). Sampel diambil dari populasi mahasiswa Universitas Darwan Ali yaitu fakultas bisnis, fakultas komputer dan fakultas agribisnis baik kelas pagi maupun kelas malam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah indikator yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian. Indikator dinyatakan mampu mengukur variabel jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dari hasil uji validitas dari kuesioner uji coba, didapatkan nilai signifikansi di bawah 0,05 artinya semua item pernyataan dapat mengukur variabel yang digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah instrumen mampu memberikan informasi yang sebenarnya pada rentang waktu yang berbeda. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai dari *cronbach alpha* lebih dari 0,60. Hasil analisis dari kuesioner uji coba didapatkan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 artinya semua variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

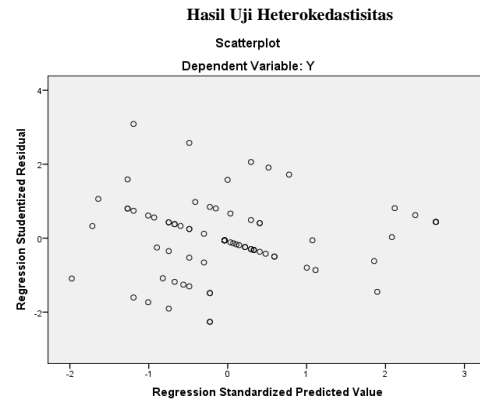
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual dari model regresi penelitian ini berdistribusi dengan normal atau tidak normal karena salah satu syarat model penelitian layak untuk diregresi adalah residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah Uji Kolmogorov Smirnov. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,182 artinya residual dari model regresi dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel bebas yang digunakan. Uji multikolinieritas yang digunakan adalah VIF. Dari hasil uji multikolinieritas, didapatkan nilai VIF untuk kualitas dan fitur sebesar 1,571 artinya antara kualitas dan fitur memiliki korelasi yang rendah karena nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga kualitas dan fitur bebas dari gejala multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah kesamaan varian dari residual antara satu responden dengan responden lainnya terjadi di dalam model regresi yang digunakan. Uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah grafik *scatterplots*, jika titik yang ada di dalam grafik menyebar dan tidak terbentuk satu pola pun maka tidak terjadi heteroskedastisitas sebaliknya jika titik yang ada di dalam grafik tidak menyebar dan membentuk sebuah pola maka terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil grafik *scatterplots* seperti gambar dibawah ini:



Sumber : Lampiran hasil data SPSS

Gambar 1: Grafik *Scatterplots*

Dapat disimpulkan titik menyebar dan tidak ada pola yang terbentuk apapun artinya pada varian residual dalam model regresi tidak terjadi kesamaan.

B. Teknik Analisis Data

Analisis regresi akan digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan fitur terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A series yang akan dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 22. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier berganda yang dilakukan:

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Sig.
Constant	1,929	0,121
Kualitas (X1)	0,232	0,002
Fitur (X2)	0,165	0,041

Sumber: hasil SPSS

Persamaan regresi dapat dituliskan seperti di bawah ini:

$$Y = 1,929 + 0,232 \cdot X1 + 0,165 \cdot X2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijabarkan seperti berikut:

1. Konstanta sebesar 1,929 artinya keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series akan bernilai sebesar 1,929 tanpa pengaruh dari variabel lainnya.

2. Koefisien kualitas sebesar 0,232 artinya jika kualitas *smartphone* meningkat satu satuan dan variabel lainnya bernilai 0, maka keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series akan naik sebesar 0,232.
3. Koefisien fitur sebesar 0,165 artinya jika fitur *smartphone* meningkat satu satuan dan variabel lainnya bernilai 0, maka keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series akan naik sebesar 0,165.

C. Uji Hipotesis

1. Uji T

Kriteria pengujian uji t, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dapat dilihat dari table 2 bahwa nilai signifikansi dari variabel X1 sebesar 0,002 (signifikan dengan taraf 1%) dan X2 sebesar 0,041 (signifikan dengan taraf 5%). Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 artinya kualitas dan fitur memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series.

Variabel Kualitas

Berdasarkan dari hasil uji t yang didapat bahwa kualitas mempunyai nilai 0,002 yang dapat disimpulkan bahwa kualitas memiliki pengaruh yang signifikan karena signifikan dengan taraf 1% (0,001) dan koefisien yang positif dengan nilai 0,232. Sehingga hipotesis pertama diterima artinya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series. Semakin tinggi kualitas yang dimiliki oleh sebuah *smartphone*, maka keputusan dalam membeli *smartphone* akan semakin tinggi juga.

Variabel Fitur

Berdasarkan dari hasil uji t yang didapat bahwa fitur mempunyai nilai 0,041 yang dapat disimpulkan bahwa fitur dinyatakan signifikan karena mempunyai nilai signifikansinya kurang dari 0,05 dan koefisien positif dengan nilai 0,165. Sehingga hipotesis kedua diterima artinya fitur berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series. Semakin banyak fitur yang dimiliki oleh sebuah *smartphone*, maka keputusan dalam membeli *smartphone* akan semakin tinggi juga.

2. Uji F

Kriteria pengujian uji F, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji yang didapatkan, nilai signifikansi dari uji F sebesar 0,000 artinya kualitas dan fitur secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series.

3. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,307 artinya kualitas dan fitur mampu menggambarkan keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series sebesar 30,7% sedangkan sisanya sebesar 69,3% dipengaruhi variabel diluar model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Universitas Darwan Ali menggunakan situs *E-Learning* untuk menunjang aktivitas perkuliahan, sehingga keputusan pembelian *smartphone* menjadi penting bagi mahasiswa Universitas Darwan Ali di Sampit. Adapun kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A. Semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi juga keputusan pembelian.
2. Fitur berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung A. Semakin lengkap fitur maka semakin tinggi juga keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series.

2. Saran

Dari semua uji yang telah dilakukan, maka adapun saran yang dapat diajukan, yaitu:

a. Bagi Kalangan Akademisi

1. Kualitas menjadi suatu komponen penting sehingga mahasiswa perlu memperhatikan kualitas *smartphone* yang akan dibeli agar dapat mempermudah dalam pengoperasian aplikasi dan memperlancar perkuliahan saat menggunakan *E-Learning*.
2. Fitur juga menjadi suatu komponen penting yang ada pada *smartphone* sehingga ketika hendak memutuskan membeli *smartphone* perlu memperhatikan fitur yang ada dalam *smartphone* tersebut, sehingga dapat menunjang aktivitas perkuliahan ketika menggunakan *E-Learning*.
3. Jika ada penelitian selanjutnya tentang *smartphone* terutama tentang keputusan pembelian *smartphone* Samsung A Series diharapkan peneliti menggunakan variabel lain seperti citra merek, *brand image*, tingkat pendapatan dan lain sebagainya untuk digunakan pada penelitian selanjutnya karena keputusan pembelian tidak hanya terdapat pada kualitas dan fitur

b. Bagi Perusahaan

1. Kualitas menjadi suatu komponen penting terlebih lagi untuk suatu perusahaan supaya bisa lebih memperhatikan dan terus meningkatkan kualitas *smartphone* sehingga bisa konsumen selalu tertarik kepada *smartphone* Samsung A Series.
2. Fitur juga menjadi suatu komponen penting dalam suatu *smartphone*. Bagi perusahaan agar tetap terus mengembangkan fitur-fitur yang terdapat dalam *smartphone* nya sehingga dapat terus bersaing dengan kelengkapan fitur yang beragam dan mampu dipasaran.

Blackberry Dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus di Global Teleshop).

Anastasia, U & Yulia, N. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek. J. Ilmu dan Ris. Manaj. 5, 1–15.

Arifiana, W.E., Kumadji, S., & Fanani, D. 2014. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. J. EKOBISTEK 3, 1–7.

Azis F. M. 2017. Analisis pengaruh desain produk, brand image, fitur, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian HP samsung. Pengaruh Brand Image, Kualitas Prod. dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di Event-Event Kampus)
<https://doi.org/10.1109/ICME.2017.8019456>.

Islamey, Z.A. 2019. Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop (Studi Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Utami, G.M. 2018. Pengaruh Merek dan Fitur Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Smartphone di Yogyakarta Dengan Rasionalitas Ekonomi Islam Sebagai Moderating. Ilmu Agama. Ekonomi Islam

Ogi, I.W.J., & Ratulangi, U.S., 2018. Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt. 6.

Pardede, R., Haryadi, T.Y., 2017. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan

REFERENSI

A, Shanti.K. 2008. Pengaruh Kualitas Poduk, Harga dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk

Konsumen, Journal of Business &
Applied Management.
<https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>.

Rifal, M. 2018. Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Smartphone Xiaomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Counter Warna-Warni Cell 2, 64–76.