

## THE EFFECT OF PRODUCT PRICE AND QUALITY ON DECISIONS PURCHASE LAPTOP BRAND HP IN SAMPIT

Rusmila Dewi<sup>1</sup>, Dwi Ardi Wicaksana Putra<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Business, Darwan Ali University, Sampit, Indonesian  
email: [dewirusmila2@gmail.com](mailto:dewirusmila2@gmail.com)

<sup>2</sup> Faculty of Business, Darwan Ali University, Sampit, Indonesian  
email: [ardi\\_wp45@yahoo.co.id](mailto:ardi_wp45@yahoo.co.id)

History of Article : received February 2020, accepted February 2020, published Maret 2020

**Abstract** - This study aims to determine whether the price and quality of products affect the purchasing decisions of HP brand laptops in Sampit. This research population is a Sampit community that will make a purchase and have used the HP14 BS702 TU brand laptop before. The samples taken were 60 respondents using the Accidental Sampling method where the sampling method was based on coincidence and was considered the researcher to be suitable. The regression used is logistic regression.

Based on the research results obtained by the regression equation as follows  $Y = -11,156 + 1,394X_1 + 2,462X_2 + e$ . Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. The results of this study indicate that in terms of price and product quality have a significant positive effect on purchasing decisions. With a significant  $<0.05$ , H1 and H2 are accepted which means that the price and quality of the product have a positive and significant effect on the purchasing decision.

**Keywords:** Price, Product Quality and purchasing decision

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP DI SAMPIT

Rusmila Dewi<sup>1</sup>, Dwi Ardi WP<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Kalimantan Tengah, Indonesia  
email: [dewirusmila2@gmail.com](mailto:dewirusmila2@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Kalimantan Tengah, Indonesia

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di Sampit. Populasi penelitian ini merupakan masyarakat Sampit yang akan melakukan pembelian dan sudah pernah menggunakan laptop merek HP14 BS702 TU sebelumnya. Sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik metode Accidental Sampling di mana cara pengambilan sampelnya berdasarkan ketepatan dan dianggap peneliti cocok. Regresi yang digunakan adalah regresi logistik.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$Y = -11,156 + 1,394X_1 + 2,462X_2 + e$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan signifikan  $< 0,05$ , maka H1 dan H2 diterima yang artinya harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk dan keputusan pembelian

### PENDAHULUAN

Laptop merupakan suatu benda yang sudah sangat familiar di telinga kita, terutama bagi pelajar dan pegawai kantoran. Laptop sekarang adalah kebutuhan yang benar-benar penting. Dengan adanya laptop dalam kehidupan sehari-hari dapat mempermudah segala kegiatan belajar atau pun pekerjaan kantor.

Seiring waktu berjalan beragam merek laptop banyak ditawarkan pada konsumen. Laptop merek HP adalah salah satu contoh

dari sekian banyak merek-merek laptop yang ada di pasaran yang banyak ditawarkan. Laptop merek HP bisa dibilang pendatang baru di pasar wilayah Sampit dibanding dengan merek-merek yang sudah terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat Sampit seperti merek Acer dan Asus.

Laptop memiliki keunggulannya masing-masing yang dapat menarik minat konsumen. Laptop HP sendiri mempunyai banyak keunggulan, mulai dari fitur, fungsi, hingga pemakaiannya. Selain itu, harga laptop HP

relatif terjangkau, dengan spesifikasi yang terbilang cukup tinggi. Untuk segi penampilan, Hp menawarkan beragam warna yang menarik, seperti silver, kuning, putih dan merah. Warna-warna yang ditawarkan ini memiliki kualitas yang baik dan tidak mudah pudar. Berikut dilampirkan data penjualan laptop tahun 2018 di Sampit pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1** Data Penjualan Laptop tahun 2018 di Sampit

No	Nama Toko	Bulan	Merek Laptop			
			Acer	Asus	HP	Lenovo
1.	My Digital Sampit	Septemer	18 Unit	18 Unit	7 Unit	6 Unit
		Oktober	15 Unit	10 Unit	11 Unit	19 Unit
		November	25 Unit	11 Unit	14 Unit	5 Unit
<b>Total</b>			58 Unit	39 Unit	32 Unit	30 Unit
2.	Metro Computer Sampit	Septemer	8 Unit	3 unit	5 Unit	2 Unit
		Oktober	3 Unit	5 Unit	8 Unit	2 Unit
		November	6 Unit	5 Unit	11 Unit	4 Unit
<b>Total</b>			17 Unit	13 Unit	24 Unit	8 Unit
3.	Cell Com Eronic Sampit	Septemer	20 Unit	12 Unit	8 Unit	3 Unit
		Oktober	13 Unit	14 Unit	11 Unit	2 Unit
		November	15 Unit	10 Unit	18 Unit	5 Unit
<b>Total</b>			48 Unit	36 Unit	37 Unit	10 Unit

**Sumber:** Data Olahan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan laptop merek HP mengalami peningkatan setiap bulannya pada tiga toko yang berbeda di Sampit. Pada toko My Digital Sampit laptop merek HP mampu menjual sebesar 32 unit dalam waktu tiga bulan sementara pada toko Metro Computer leptop merek HP dapat menjual sebanyak 24 unit selain itu pada toko Cell Com Eronic bisa menjual laptop merek HP sebanyak 37 unit dalam waktu tiga bulan penjualan. Jumlah pejualan laptop ini dalam tiga bulan terakhir

adalah 93 unit dimana jumlah ini membawa laptop merek HP berada pada urutan no 3 dalam penjuilan laptop di Sampit dalam waktu tiga bulan di bawah laptop merek Acer dengan total 123 unit dan laptop merek Asus dengan total 96 unit penjualan dalam waktu tiga bulan. Dari sinilah penulis menyimpulkan laptop merek HP mampu bersaing dengan merek-merek laptop lain meskipun laptop merek HP tergolong baru dipasaran Sampit dan masih belum memiliki pangsa pasar yang cukup baik.

Berikut dilampirkan data harga beberapa merek laptop tahun 2018 di Sampit pada tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1.2** Data harga laptop pada tahun 2018 di Sampit

No	Merek Laptop	Spsifikasi	Harga
1.	Acer Es1-432	Intel N3350, RAM DDR3 2 GB,HDD 500 GB, VGA Intel HD, Wifi, Bluetooth, Camera, Card Reader, DVD RW, LAN	Rp. 4.400.000
2.	Asus X411BA-GA411T	Intel N4000, RAM DDR3 4 GB,HDD 500 GB, VGA Intel HD, Wifi, Bluetooth, Camera, Card Reader, DVD RW, LAN	Rp. 4.450.000
3.	HP14 BS702 TU	Intel N3060, RAM DDR3 4 GB,HDD 500 GB, VGA Intel HD, Wifi, Bluetooth, Camera, Card Reader, DVD RW, LAN	Rp. 4.230.000
4.	Lenovo IP330-14IGM	Intel N4000, RAM DDR3 4 GB,HDD 500 GB, VGA Intel HD, Wifi, Bluetooth, Camera, Card Reader, DVD RW, LAN	Rp. 4.500.000

**Sumber:** Data Olahan

Tabel di atas menunjukkan bahwa laptop merek HP14 BS702 TU menawarkan harga yang terjangkau dibandingkan dengan laptop merek-merek lain. Dari segi spesifikasi laptop HP14 BS702 TU tidak jauh berbeda dengan merek lainnya namun harga yang ditawarkan laptop HP14 BS702 TU lebih murah dibandingkan harga laptop merek lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, judul yang akan diambil dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP DI SAMPIT”**.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara bertahap, yakni dari perencanaan dan perancangan penelitian, menentukan focus penelitian, waktu penelitian, pengumpulan data, analisis, dan penyajian hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan regresi logistik. Penelitian ini menggunakan data primer, objek penelitian menunjukkan lokasi atau tempat penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang diperoleh oleh responden. Teknik pengamilan sampel yang dipergunakan yaitu *accidental sampling*.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut Arikunto (2013: 173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh masyarakat di Sampit yang akan membeli dan pernah menggunakan laptop merek HP14 BS702 TU.

Arikunto (2013 : 174) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka

penentuan ukuran sampel menggunakan rekomendasi Hair (2010) dalam Alviianur (2015) yaitu minimal 5 kali dari jumlah pertanyaan dalam kuesioner. Jadi jumlah pertanyaan sebanyak 8, maka  $5 \times 8 = 40$  responden. Namun untuk mempermudah perhitungan dan memaksimalkan hasil sehingga jumlah sampel tersebut menjadi 60 responden.

### **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (independent variabel) yang meliputi Harga ( $X_1$ ) Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan variabel terikat (dependent variabel) yang meliputi keputusan pembelian (Y).

#### **Harga**

Harga diukur melalui indikator (Stanto, 2000) sebagai berikut :

- Keterjangkauan harga
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Daya saing harga
- Kesesuaian harga dengan manfaat

#### **Kualitas Produk**

Kualitas produk diukur melalui indikator (Styaji, 2000) sebagai berikut:

1. Bahan baku berkualitas
2. Jarang terjadinya kerusakan /cacat produk
3. Mampu memberikan kepuasan

#### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah suatu tingkah laku seseorang saat mengambil keputusan saat ingin memiliki suatu produk dan menilai produk tersebut dengan melihat berbagai aspek tertentu seperti kualitas produk.

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berobjek pada 3 toko computer yang berlokasi di Sampit seperti My Digital, Metro Computer dan Cell Com Eronic. Waktu penelitian ini dimulai dari Oktober 2018 sampai dengan Juli 2019. Dimulai pada saat pengambilan judul atau tema penelitian sampai selesai membuat laporan tertulis hasil penelitian.

#### **Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data**

- Kuesioner

- Studi kepustakaan

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrum

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2001).

Sugiono (2005) dalam Suharto (2009), yang menyebutkan bahwa Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang.

### Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan regresi logistik, di dalam uji asumsi klasik persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS).

### Teknik Analisis Data

Berdasarkan kerangka konseptual dan rancangan penelitian yang disusun, maka penelitian ini akan menggunakan teknik analisis regresi logistik. Untuk menganalisis hipotesis pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di Sampit ini, maka akan digunakan analisis regresi. Menurut Gujarati (1997), bahwa model regresi untuk menganalisis atas dasar *Sampl Regression Function (SRF)* adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_{1i} + \beta_2 * X_{2i} + e_i$$

Y = Keputusan Pembelian (membeli = 1, tidak membeli = 0)

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

$\beta$  = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah :

### Model Fix

Dalam Merdekawati (2015) menurut Haryadi (2009), untuk mengetahui nilai medel fit ada 2 cara yaitu :

Kelayakan Model Regresi (*Goodness Of Fit Test*)

Penilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

### Koefisien Determinasi

Dalam Merdekawati (2015) uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) dalam menjelaskan keputusan pembelian (Y).

### Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Dalam Merdekawati (2015) uji signifikansi parameter berfungsi untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel tidak bebas secara persial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Subyek Penelitian

Penelitian ini berobjek pada 3 toko computer yang berlokasi di Sampit yaitu:

1. My digital Sampit
2. Metro Computer Sampit
3. Cell Com Eronic Sampit

### Analisis Data Hasil Penelitian

#### Hasil Regresi Logistik

Variabel	B	Sig.
X1	1,394	0,049
X2	2,462	0,003
Constant	-11,156	0,001

Dilihat dari tabel diatas maka persamaan regresi yang dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -11,156 + 1,394X_1 + 2,462X_2 + e$$

### Uji Hipotesis

#### Model Fit

a. Kelayakan Model Regresi (*Goodness Of Fit Test*)

Pengujian Kelayakan Model Regresi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	33,191 <sup>a</sup>	0,455	0,663

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	3,765	8	0,878

Hasil dari nilai Chi Square pada tabel 5.7 menunjukkan angka sebesar 3,765 dan signifikansinya sebesar 0,878 dengan kriteria bahwa probabilitasnya  $> 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi logistik ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variable.

independen dan variabel dependen dengan artinya  $H_0$  diterima yang menunjukkan bahwa model regresi fit dengan data.

b. Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Menilai Keseluruhan Model

Iteration	-2 Log likelihood	
Step 1	1	43,641
	2	35,789
	3	33,531
	4	33,201
	5	33,191
	6	33,191
	7	33,191

- Method: Enter
- Constnt is included in the model.
- Initial -2 Log Likelihood: 69.590
- Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa angka -2 Log Likelihood block number = 0 sebesar 69,590 dan block number = 1 sebesar = 43,641 Dilihat dari jumlah di atas dapat diartikan telah terjadi penurunan sebesar 25,949 dan berdasarkan kriteria penerimaannya hal

tersebut menunjukkan bahwa model regresi tersebut layak.

#### Koefisien Determinasi

#### Hasil Koefisien Determinasi

Hasil dari perhitungan di atas menunjukan bahwa nilai Nagelkerke R-squared yang didapatkan sebesar 0,663 hal ini berarti 66,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.

Sedangkan sisanya 33,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

#### Hasil Uji t

Variabel	B	Sig.
X1	1,394	0,049
X2	2,462	0,003

1. Hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat dari nilai Beta untuk variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 1,394 dengan signifikansi 0,049. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.

2. Hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat dari nilai Beta untuk variabel kualitas produk terhadap keberhasilan jalannya penelitian.

keputusan pembelian sebesar 2,462 dengan signifikansi 0,003. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.

#### Pembahasan

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai thitung sebesar 1,394 dengan taraf signifikan sebesar  $0,049 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin terjangkau harga, semakin harga sesuai dengan kualitas produk dan semakin harga sesuai dengan manfaat maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai thitung sebesar 2,462 dengan taraf signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas produk untuk memenuhi keinginan para konsumen maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.

### Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dalam meningkatkan keputusan pembelian laptop merek HP di Sampit. Artinya semakin terjangkau harga, semakin harga sesuai dengan kualitas produk dan semakin harga sesuai dengan manfaat maka akan semakin tinggi keputusan pembelian.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian laptop merek HP di Sampit. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian.

#### Saran

Berdasarkan uraian dan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

#### 1. Saran untuk perusahaan

Perusahaan laptop merek HP diharapkan dapat mempertahankan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau agar dapat memberikan kepuasan kepada semua konsumennya. Selain itu perusahaan juga harus selalu melakukan modifikasi agar produknya selalu dapat menarik minat konsumen dan mampu bersaing dengan merek-merek yang akan datang.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

a. Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini hanya terbatas pada harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan penelitian.

b. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Sampit saja, maka saya harapkan untuk kedepannya peneliti lain dapat meneliti tentang laptop merek Hp di beberapa tempat.

### REFERENSI

- Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Merdekawati, Yusnia (2015) " *Pengaruh budaya sekolah, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian konsume. Universitas Darwan Ali*".
- Stanton J, William. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga