

# Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi)

Donny Novits Aswad<sup>1</sup>, Osrita Hapsara<sup>2</sup>, M. Alhudhori<sup>3</sup>

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Batanghari Jambi<sup>1</sup>

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi<sup>2,3</sup>

Corresponding email : donnynovits@gmail.com

**Abstract:** This research was conducted to find out the quality of the product and the price on the cellular card sympathy for your purchasing decision in the student environment. due to the large number of cellular cards circulating in the student environment. The method used in this research is the study of literature's, a study conducted by using literature and writer's that is closely related to the object of study, which is intended to obtain studied. Besides theory and information sourced from the internet. Batanghari university since its inception 1985 to date, is fostered by and shelter under jambi education foundation. This foundation is a development of jambi education foundation which was formerly built STKIP Jambi 1970-1977. Based on the results of multiple linear regression analysis states that  $y = 1,112 + 0,199 x_1 + -0,087 x_2 + e$ , with R square 74,9%, product quality and price influence the purchase decision on sympathetic cellular cards simultaneously, with a value of 9,360 and a significant level 0,001 . whereas partially only product quality has an influence on purchasing decisions with a value of 2.922 and a significant level of 0.010. The influence of product quality and price simultaneously affect purchasing decisions because the value of the calculation of 9,134 > f tabel 3,10. Independent factors can explain the dependent factor by 78.7% while the remaining 21.3% is caused by other factors while partially the quality of the product has a positive and significant effect on the purchase decision of the sympathetic cellular card, this is evidenced by the value of t count 3.730 > t table 1.66159 and states that  $h_1$  is accepted and  $h_0$  is rejected.

**Keyword:** product quality, price, purchase decision

## PENDAHULUAN

Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen. Perkembangan dan kemajuan pembangunan saat ini, disertai dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, sehingga taraf kehidupan masyarakat pun semakin meningkat. Dengan meningkatnya perkembangan dan kemajuan serta pendapatan masyarakat, maka masyarakat semakin menyadari bahwa teknologi informasi yang berkembang begitu cepat dari tahun ke tahun dan semakin canggih sangat diperlukan.

Ada pula faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk, yakni: kualitas produk, dan harga. Kedua faktor tersebut berpengaruh dalam memilih kartu seluler simpati, dimana kualitas produk memiliki banyak sekali kegunaan, harga jual murah, sehingga kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk.

Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat di industri telekomunikasi khususnya telephone seluler (*handphone*). Penggunaan *handphone* yang marak di masyarakat sekarang ini menumbuhkan kesan bahwa sarana komunikasi berbentuk *handphone* ini sudah tidak lagi dipandang sebagai barang mewah, masyarakat bisa menggunakan sarana komunikasi satu sama lain sebagai kebutuhan. Begitu banyak kartu prabayar dan pasca bayar yang dikeluarkan beberapa perusahaan pada masyarakat, memicu persaingan yang kuat antara perusahaan satu dengan yang lain.

Dipihak konsumen, mereka punya banyak pilihan dari berbagai macam produk yang memiliki keutamaan sehingga kepuasan mereka terpenuhi. Ketatnya persaingan pada perdagangan kartu selular mengharuskan perusahaan untuk menyesuaikan pada perkembangan teknologi yang semakin maju agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Telkomsel sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan komunikasi mengeluarkan produknya "Simpati" sebagai sarana komunikasi masyarakat. Perusahaan ini tidak hanya berorientasi pada perolehan keuntungan semata, melainkan lebih berupaya dalam pemenuhan kebutuhan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Telkomsel, sebagai salah satu operator selular GSM (*Global System Mobilecommunication*), nasional sangat menyadari peran pentingnya. Hal tersebut diwujudkan dengan terus – menerus meningkatkan fasilitas, kapasitas dan layanan maupun calon pelanggannya. Berbagai kemudahan disediakan bagi pelanggan maupun calon pelanggannya. Persaingan antar perusahaan yang ketat memicu pengeluaran produk yang terbaik sehingga dapat merebut pasar.

Dalam mencapai kepuasan konsumen, keberhasilan badan usaha dalam mencapai tujuannya tergantung bagaimana pemasar mewujudkan produk sesuai dengan yang dikehendaki oleh konsumen. Proses pengambilan

keputusan konsumen dalam hal pembelian, konsumen mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya.

Perilaku konsumen yang demikian menunjukkan orientasi konsumen terhadap kepuasan. Kepuasan merupakan hasil yang dirasakan kembali dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Konsumen yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik tentang produk dan perusahaannya.

## METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data informasi secara representatif maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi ke pustakaan dan studi lapangan yang artinya adalah sebagai berikut:

### 1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam metode pengumpulan data ini penulis mencoba mempelajari dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti, termasuk didalamnya adalah buku-buku, majalah, dan laporan lainnya.

### 2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Untuk memperoleh data primer penulis turun kelapangan, dengan harapan memperoleh data yang betul-betul objektif. Adapun teknik pengambilan data yang dilakukan adalah :

#### - Survey (Kuisisioner)

Survey (Kuisisioner) adalah suatu pengumpulan data dimana angket merupakan alat pengumpulan data yang paling utama.

## Alat Analisis

### Analisis Regresi Linear Berganda

Sedangkan model persamaan hubungan antara variabel, persamaan yang didapat disebut dengan regresi, untuk menaksir suatu variabel yang disebut variabel dependent dan variabel independent. Dalam pembahasan ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y) sedangkan variabel independen adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Untuk mengetahui variabel Y berdasarkan nilai variabel X1 dan X2 serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap satuan variabel X1 dan X2, Supranto, (2008:72) digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian  
a = Konstanta  
b = Koefisien Regresi  
x1 = Kualitas Produk  
x2 = Harga  
e = error

### Uji Statistik F (*F-test*)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

#### a. Rumus uji F: (n-k)

Dimana:

n = jumlah variabel independen

k = jumlah data

#### b. rumus hipotesis ;

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

$$H_1 : b_1 \neq b_2 = 0$$

Dimana:

$H_0$  : tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

$H_1$  : ada pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

#### c. Dengan tingkat signifikan 0,05

#### d. Kriteria keputusan

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

### Uji Statistik t (t-test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikan dari pengaruh variabel independen (X1) dan (X2) terhadap variabel dependen (Y) secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikan pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : tidak ada pengaruh signifikan (nyata) kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler Simpati pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

$H_1$  : ada pengaruh signifikan (nyata) kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler Simpati pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Kriteria Pengujian pada tingkat signifikan:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang semakin mendekati 1, berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai *Adjusted R Square* karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Berbeda dengan nilai  $R^2$  yang pasti akan meningkat setiap tambahan satu variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian regresi berganda, perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik agar model regresi menjadi suatu model yang lebih representatif. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas yang digunakan karena data yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu tahun.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau tidak dengan menggunakan *Normal P-Plot*. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan analisa grafik, dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dilakukan dengan cara :

- 1) Masukkan variabel dependen yang akan diuji dalam kotak dependen.
- 2) Masukkan variabel independen yang akan diuji dalam kotak independent.
- 3) Pada plots. Aktifkan kotak pilihan normal probability plot.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen Ghazali (2005:91). Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Regresi yang terbebas dari problem multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10, maka data tersebut tidak ada multikolinearitas Ghazali (2005:92).

Uji multikolinieritas ini dilakukan dengan cara :

- 1) Masukkan variabel dependen yang akan diuji dalam kotak dependen.
- 2) Masukkan variabel independen yang akan diuji dalam kotak independen.
- 3) Pada statistic. Non-aktifkan pilihan estimate dan model fit. Aktifkan pilihan covariance matriks dan collinearity diagnostich.

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi digunakan pada model regresi yang datanya *time series* Ghazali (2005:96). Jika terjadi korelasi, maka ada *problem* autokorelasi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi perlu digunakan uji Durbin-Watson, dimana hipotesis yang akan diuji adalah:

- 1) Angka D-W di bawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di antara -2 sampai 2, berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2, berarti autokorelasi negatif.

Apabila terjadi autokorelasi maka perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan data asli harus ditransformasikan terlebih dahulu untuk menghilangkannya. Dalam penelitian ini didukung dengan menggunakan uji *Run test*. Uji *Run test* adalah uji satu sampel dengan dasar pengambilan keputusan 1.) jika nilai  $\text{asympt sig} > 0,05$  maka tidak terdapat autokorelasi. 2.) jika nilai  $\text{asympt sig} < 0,05$  maka terdapat autokorelasi.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan kepengamatan yang lain dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2005:105). Dalam penelitian ini menggunakan Scatterplot dengan dasar pengambilan keputusannya, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2005:105). Adapun terjadi heteroskedastisitas, maka tindakan perbaikan atau penanggulangan bisa dengan transformasi log terhadap model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara :

- 1) Masukkan variabel dependen yang akan diuji dalam kotak dependent.
- 2) Masukkan variabel independen yang akan diuji dalam kotak independen.
- 3) Pada plots. Masukkan variabel SRESID pada sumbu Y dan variabel ZPRED pada sumbu X.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen, dalam hal ini adalah Kualitas Produk dan Harga Terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel 4.7 sebagai berikut :

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |
| (Constant)        | 1,112                       | ,193       |                           |
| 1 Kualitas Produk | ,199                        | ,104       | ,197                      |
| Harga             | -,087                       | ,109       | -,082                     |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output regresi diatas, model analisis linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e$$

$$Y = 1,112 + 0,199X_1 + -0,087X_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan :

1. Nilai Konstanta sebesar 1,112 artinya apabila Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) diabaikan maka Keputusan Pembelian Kartu seluler simpati pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari akan sebesar 1,112.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,197 artinya jika variabel kualitas Produk meningkat 1% dan variabel indenpenden yang lain konstan, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,197%.
3. Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar -0,087 artinya jika variabel harga meningkat 1% dan variabel independen yang lain konstan, maka akan meningkat harga sebesar -0,087%

### Uji Simultan (F-Test)

Uji simultan (F-test) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F : a) jika nilai sig < 0,05 atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. b) jika nilai sig > 0,05 atau

$F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.  $F_{tabel} n-k(k-1) = 3,09$ .

Hasil pengujian SPSS untuk memprediksi keputusan pembelian kartu seluler simpati dengan menggunakan variabel kualitas produk dan harga dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut :

**Tabel 2. Hasil Uji Simultan (F-test)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | ,008           | 2  | ,004        | 9,360 | ,001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | ,153           | 92 | ,002        |       |                   |
|                    | Total      | ,161           | 94 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan output diatas, diketahui nilai signifikan untuk pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,001 < 0,005$  dan nilai  $F_{hitung} 9,360 > F_{tabel} 3,10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y)

### Uji Parsial (t-test)

Untuk mengetahui signifikan dari pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t : a) jika nilai sig < 0,005 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. b) jika nilai sig >

0,05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.  $t_{tabel} = t (n-k-1) = t = 1.66177$ .

Hasil pengujian dengan SPSS V. 20 untuk memprediksi Keputusan pembelian dengan menggunakan variabel kualitas produk dan harga dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Parsial (t-test) Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error |                           |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 1,112      | ,193                      | 5,766 | ,000 |
|       | Kualitas Produk             | ,199       | ,104                      | ,197  | ,010 |
|       | Harga                       | -,087      | ,109                      | -,082 | ,427 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil uji parsial (t-test) pada tabel 3 menunjukkan bahwa :

1. Diketahui nilai sig. untuk pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,730 > 1,66177 t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak,

dengan demikian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,359 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} -0,097 < 1,66177 t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima,

dengan demikian harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | ,821 <sup>a</sup> | ,749     | ,828              | ,24080                     | 1,578         |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

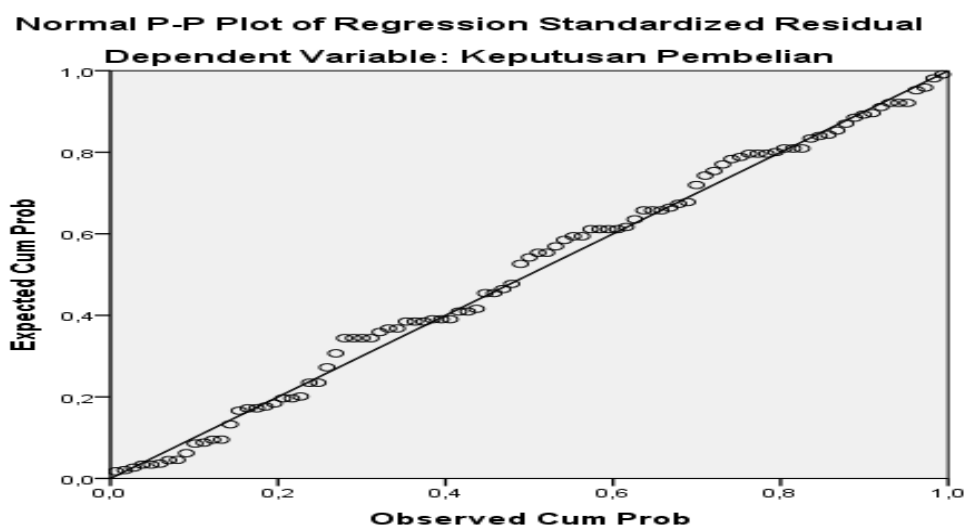
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R square sebesar 0,749, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) sebesar 74,9%. Jadi besarnya pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 74,9% sedangkan sisanya 25,1% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji normal data ini menggunakan metode analisis grafik dan melihat normal probability plot. Setelah data dimasukkan dan diolah oleh SPSS, diperoleh hasil uji normal probability plot seperti pada gambar 4.7 berikut ini :



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Dari grafik pada gambar 1 diatas terlihat sebaran data pada chart tersebut disekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal (tidak berpencar jauh dari garis lurus ), maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidak adanya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau Tolerance. Apabila nilai tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas, VIF = 1, Tolerance, jika VIF = 10, maka Tolerance  $1/10 = 0,1$  semakin tinggi VIF maka semakin rendah Tolerance. Pada tabel berikut dapat dilihat nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Model |                 | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                 |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      | 5,766 | ,000 |                         |       |
|       | Kualitas Produk | 2,922 | ,010 | ,988                    | 1,012 |
|       | Harga           | -,797 | ,427 | ,988                    | 1,012 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 5 rangkuman ini tolerance dan VIF diatas menunjukan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukan secara statistic dapat digunakan teknik regresi linier berganda. Sehingga dapat diambil keputusan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam persamaan regresi yang diperoleh.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi, metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW). Adapun dasar dalam pengambilan keputusan:

- $dw < dl$  atau  $dw > 4-dl$  maka terdapat autokorelasi.
- $du < dw < 4-du$  maka tidak terdapat autokorelasi.
- $dl < dw < du$  atau  $4-du < dw < 4-dl$  maka tidak ada kesimpulan.

Akan disajikan pada tabel 6 sebagai berikut :

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | ,127 <sup>a</sup> | ,016     | -,005             | ,02343                     | 1,988         |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel 6 untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson sebesar 1,988. Maka terlihat bahwa hasil tidak dapat disimpulkan. Maka dari itu peneliti menggunakan uji lain dalam melakukan pengujian terhadap uji autokorelasi dengan menggunakan uji *run test*. Adapun dasar dari pengambilan keputusan pada uji ini yaitu:

- Jika nilai asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  maka terdapat autokorelasi
- Jika nilai asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  maka tidak terdapat autokorelasi. Adapun hasil dari uji *run test* akan disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7. Uji Autokorelasi Run Test**

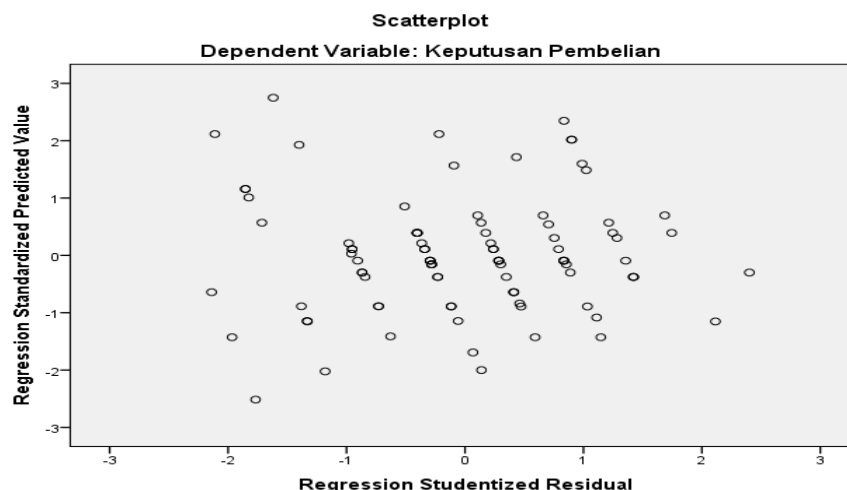
| Runs Test               |                         |
|-------------------------|-------------------------|
|                         | Unstandardized Residual |
| Test Value <sup>a</sup> | ,00432                  |
| Cases < Test Value      | 47                      |
| Cases $\geq$ Test Value | 48                      |
| Total Cases             | 95                      |
| Number of Runs          | 53                      |
| Z                       | ,930                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)  | ,353                    |

a. Median

Berdasarkan uji *run test* pada tabel 7 dikethui bahwa nilai *asymp. Sig.* adalah sebesar 0,353. Batas nilai asymp. Sig. untuk terbebas dari autokorelasi adalah 0,05, dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mnguji apakah dalam suatu model regresi terdapat kesamaan atau ketidaksamaan varians antara pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada gtafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya)



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam suatu model regresi yang baik baisanya tidak mengalami heteroskedastisitas. Melalui grafik scatterplot dapat dilihat suatu regrasi mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Jika terdapat pola tertentu dalam grafik maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dari gambar 2 di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk sebuah pola garis, tetapi titik-titik tetap berada di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y maka tidak dapat disimpulkan bahwa terjadi atau tidak gejala heteroskedastisitas pada model ini.

Maka dari itu peneliti menggunakan uji lain dalam menentukan terjadi atau tidak nya heteroskedastisitas pada model ini dengan menggunakan uji gletsjer, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai Sig. < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas
- Jika nilai Sig. > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Gletsjer

| Coefficients <sup>a</sup> |                 |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant)      | ,111                        | ,111       |                           | 1,004  | ,318 |
|                           | Kualitas Produk | ,006                        | ,059       | ,011                      | ,109   | ,914 |
|                           | Harga           | -,075                       | ,062       | -,125                     | -1,204 | ,232 |

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan uji *gletsjer* pada table 8 diatas diketahui bahwa nilai Sig. Kualitas Produk adalah sebesar 0,914. Sedangkan nilai Sig. Harga adalah sebesar 0,322. Batas nilai Sig. untuk terbebas dari heteroskedastisitas adalah 0,05, dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Besarnya pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) kartu seluler simpati pada Mahasiwa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi adalah sebesar  $F_{hitung}$  9,134

>  $F_{tabel}$  3,10 dengan signifikan 0,024 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk

dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian. Faktor independen mampu menjelaskan faktor dependen sebesar 78,7% Sedangkan sisanya 21,3% disebabkan oleh faktor lain.

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, hal ini membuktikan dengan nilai signifikan, untuk pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,730 > t_{tabel} 1,66159$  hal ini bahwa  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak. Dan harga tidak berpengaruh terhadap

keputusan pembelian karena nilai signifikan untuk pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $0,359 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} -0,097 < 1,66159 t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak  $H_0$  diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Athoillah, Anton. (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Appley A, Lawrence, Lee, Oey, Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.
- Adisaputro, Gunawan, 2010, *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Fandy, Tjiptono, (2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fahmi, Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- R. Terry, George dan Leslie W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) .
- Setiadi, Nugroho, 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapandan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.