

---

---

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung**

**Adrian Hidayat<sup>1)</sup>**

**Gustin Hartanto<sup>2)</sup>**

**Universitas Buddhi Dharma**

**[ahnangka67@yahoo.com](mailto:ahnangka67@yahoo.com)**

### **Abstrak**

Tujuan Penulisan Penelitian Ini Adalah Untuk Mengetahui Sejauh Mana Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung (Studi Kasus Konsumen Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma). Penelitian Yang Dilakukan Adalah Dengan Menyebarkan Kuesioner, Sedangkan Untuk Metode Penelitian Yang Dilakukan Adalah Dengan Menggunakan Metode Deskriptif. Dalam Melakukan Penelitian Ini Penulis Menggunakan Analisis Koefisien Korelasi, Analisa Regresi Linier Berganda Dan Uji F Serta Uji T. Menggunakan Analisis Linear Berganda, Analisis Koefisien Korelasi, Menghitung Koefisien Determinasi Serta Melakukan Uji Hipotesis Dengan Mencari Nilai F Hitung Kemudian Membandingkan F Hitung Dengan F Table. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda Di Peroleh Persamaan  $Y = 14.458 + 0.405 X_1 + 0.258 X_2$  Artinya Setiap Perubahan Sebesar 1 Point Maka  $X_1$  (Kualitas Produk) Mengalami Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 0.405, Setiap Perubahan Sebesar 1 Point Maka  $X_2$  (Harga) Mengalami Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 0.258. Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis Di Peroleh  $F_{hitung}$  Model 1 Sebesar 53.780,  $F_{hitung}$  Model 2 Sebesar 31.828, Dimana Nilai tersebut Lebih Besar Dari  $F_{tabel}$  Sebesar 3,16. Dengan Demikian  $H_0$  Di Tolak Dan  $H_a$  Di Terima. Artinya Terdapat Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga Dan Minat Beli**

### **Pendahuluan**

Jumlah Penduduk Indonesia Yang Sangat Besar Menjadi Pasar Yang Sangat Potensial Bagi Perusahaan-Perusahaan Untuk Memasarkan Produk-Produk Perusahaan tersebut. Perusahaan Dalam Negeri Maupun Perusahaan Asing Berusaha Mendirikan Usaha Bisnis Dan Menciptakan Jenis-Jenis Produk Yang Nantinya Akan Digemari Oleh Calon Pelanggannya. Banyaknya Perusahaan Ini Menciptakan Adanya Suatu Persaingan Bisnis, Perusahaan Dapat Menjadi Pemenang Dalam Persaingan Bisnisya Apabila Perusahaan tersebut Berhasil Menjaring Pelanggan Sebanyak-Banyaknya. Jika Perusahaan Dapat Menjaring Pelanggan Yang Banyak Tentu Perusahaan tersebut Dapat Memperoleh Keuntungan Yang Besar Juga. Dinamika Dalam Dunia Usaha Yang Semakin Menantang, Membuat Para Perusahaan Harus Dapat Menjawab Tantangan Pasar Dan Memanfaatkan Tantangan tersebut sebagai peluang untuk dapat bertahan dimasa yang akan datang. (Buchari, 2011) Ketatnya Persaingan Dalam Dunia Usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang jitu guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus

Muncul Bersamaan Dengan Permintaan Konsumen Yang Kian Meningkat. Hal Ini Dihadapi Oleh Setiap Perusahaan Yang Mencari Laba Dan Tidak Terkecuali Industri Elektronik.

Saat Ini, Perkembangan Jumlah Penduduk Yang Cukup Pesat Serta Beragamnya Aktivitas Kerja Setiap Orang Memungkinkan Segala Aktivitas Tersebut Harus Dilakukan Secara Cepat. Agar Orang Dapat Melakukan Pekerjaan Secara Cepat, Dibutuhkan Sarana Pendukung, Seperti Alat Telekomunikasi Atau Smartphone. Kebutuhan Akan Alat Telekomunikasi Dewasa Ini Telah Menjadi Kebutuhan Primer. Selain Berfungsi Untuk Melakukan Dan Menerima Panggilan Telepon, Smartphone Umumnya Juga Mempunyai Fungsi Pengiriman Dan Penerimaan Pesan Singkat Atau Disebut Sms. Ada Pula Penyedia Jasa Smartphone Di Beberapa Negara Yang Menyediakan Layanan Generasi Ketiga Atau 3G Dengan Menambahkan Jasa Video Phone, Sebagai Alat Pembayaran, Maupun Untuk Televisi Online Di Smartphone Mereka. Sekarang Smartphone Menjadi Gadget Yang Multifungsi. Mengikuti Perkembangan Teknologi Digital, Kini Smartphone Juga Dilengkapi Dengan Berbagai Pilihan Fitur, Seperti Bisa Menangkap Siaran Radio Dan Televisi, Perangkat Lunak Pemutar Audio Dan Video, Kamera Digital, Game, Dan Layanan Internet. (Bachriansyah, 2011) Selain Fitur-Fitur Tersebut, Smartphone Sekarang Sudah Ditanamkan Fitur Komputer, Jadi Dismartphone Tersebut Orang-Orang Bisa Mengubah Fungsi Dari Smartphone Tersebut Menjadi Mini Komputer. Di Dalam Dunia Bisnis, Fitur Ini Akan Sangat Membantu Bagi Para Pebisnis Untuk Melakukan Semua Pekerjaannya Di Satu Tempat Dan Membuat Pekerjaannya Tersebut Diselesaikan Dalam Waktu Yang Singkat. Dengan Semakin Banyak Orang-Orang Yang Menggunakan Smartphone Maka Produksi Massal Akan Bisa Dilakukan Harga Smartphone Di Seluruh Dunia Cenderung Semakin Murah Dari Tahun Ke Tahun. Jika Dahulu Smartphone Merupakan Sebuah Barang Yang Langka Dan Eksklusif Atau Hanya Untuk Orang Yang Mampu, Kalangan Atas, Maka Saat Ini Hampir Semua Lapisan Masyarakat Sudah Bisa Memiliki Dan Menikmati Kenyamanan Berkomunikasi Menggunakan Smartphone.

(Yasa & Prawira, 2014) Kualitas Merupakan Hal Yang Terpenting Dalam Suatu Barang, Bisa Dilihat Di Jaman Sekarang Orang-Orang Pasti Yang Akan Membeli Suatu Produk Elektronik Biasanya Akan Menanyakan Perihal Tentang Kualitas Produk Tersebut. (Annafik & Rahardjo, 2012) Dalam Hal Kualitas Produk, Kualitas Yang Ada Pada Smartphone Bergaransi Distributor Sama Bagusnya Dengan Yang Bergaransi Resmi, Itu Karena Barang Yang Didatangkan Berasal Dari Vendor Atau Perusahaan Yang Sama, Sehingga Kualitasnya Pun Sama.

Faktor Harga Disini Juga Tidak Kalah Penting, Harga Juga Merupakan Salah Satu Faktor Yang Menentukan Dalam Mengambil Keputusan Untuk Membeli (Andy, 2018). Harga Yang Ditawarkan Oleh Garansi Distributor Terbilang Cukup Lebih Murah Dibanding Dengan Garansi Resmi, Ini Bertujuan Untuk Menarik Minat Para Konsumen.

Adapun Tujuan Dari Penelitian Ini Adalah Sebagai Berikut: Untuk Mengetahui Kualitas Produk Yang Dimiliki Akan Memberikan Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen, Dan Mengetahui Harga Yang Telah Terbentuk Oleh PT. Tiga Agung

### **Metode Penelitian**

Metode Penelitian Ini Merupakan Suatu Sistem Atau Cara Bekerja Dibidang Yang Bersifat Sistematis Yng Bertujuan Untuk Mendapatkan Hasil Yang Memadai Dalam Penelitian Yang Bersifat Ilmiah. Dalam Penelitian Ini Penulis Menggunakan Beberapa

Metode Penelitian Yang Merupakan Salah Satu Cara Untuk Mengumpulkan Data Dan Informasi Secara Objektif Dan Relevan Sehingga Memudahkan Peyusunan.

Metode Penelitian Yang Digunakan Penulis Adalah Metode Deskriptif Adalah Suatu Metode Dalam Meneliti Status Kelompok Manusia, Suatu Objek, Suatu Set Kondisi, Suatu Sistem Pemikiran, Ataupun Suatu Kelas, Peristiwa Pada Masa Sekarang. Tujuan Dari Penelitian Deskriptif Ini Adalah Untuk Membuat Penelitian, Gambaran Atau Lukisan Secara Sistematis, Faktual Dan Akurat Mengenai Fakta-Fakta, Sifat-Sifat Serta Hubungan Antar Fenomena Yang Diselidiki.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data Merupakan Langkah Yang Paling Strategis Dalam Penelitian Karenatujuan Dari Penelitian Adalah Mendapatkan Data. Tanpa Mengetahui Teknik Pengumpulan Data, Maka Peneliti Tidak Akan Mendapatkan Data Yang Memenuhi Standar Data Yang Ditetapkan.

Dalam Usaha Untuk Mengumpulkan Data Yang Akurat Dan Valid, Maka Penulis Mengumpulkan Data Dan Informasi Dari Berbagai Sumber Dengan Cara :

Riset Lapangan (*Field Researc*)

Merupakan Metode Paengumpulan Data Dengan Cara Meninjau Langsung Ke Universitas Yang Dalam Penelitian Ini Adalah Universitas Buddhi Dharma Selaku Objek Penelitian, Penelitian Ini Dilakukan Untuk Mengumpulkan Data Primer, Dengan :

a. Wawancara (*Interview*)

Yaitu Dengan Cara Mengadakan Tanya Jawab Secara Langsung Kepada Mahasiswa UBD Yang Melakukan Pemakaian Dan Pembelian Smartphone.

b. Angket (Kuesioner)

Angket (Kuesioner) Merupakan Pengumpulan Data Dengan Memberikan Atau Menyerahkan Daftar Pertanyaan Atau Pernyataan Kepada Responden Dengan Harapan Memberikan Respos Atas Daftar Pertanyaan Atau Pernyataan Tersebut. Daftar Pertanyaan Atau Pernyataan Dapat Bersifat Terbuka Jika Jawaban Tidak Di Tentukan Sebelumnya, Sedangkan Bersifat Tertutup Jika Alternative–Alternative Jawaban Telah Di Siapkan. Instrumen Yang Berupa Daftar Pertanyya Atau Pernyataan Tadi Berupa Angket (Kuesioner), Checklist Ataupun Skala. Dalam Hal Ini Peneliti Menyebarkan Kuesioner Kepada Responden Langsung Yang Menggunakan Dan Membeli *Smartphone*. Penulis Mengumpulkan Data Dengan Cara Menyebarkan Kuesioner Sebanyak Seratus Lembar.

c. Pengamatan (Observasi)

Mengumpulkan Data Dengan Cara Melakukan Pengamatan Langsung Kepada Konsumen. Ini Dilakukan Dengan Tujuan Untuk Membandingkan Secara Silang Antara Hasil Survey Dengan Kenyataan Yang Ada Guna Memperkuat Hasil Wawancara Kuesioner.

### **Metode Penarikan Sampel**

(Sugiyono, 2010) Dalam Penelitian Ini, Responden Ditentukan Berdasarkan Sampel Sebuah Populasi Dan Sampel Merupakan Bagan Dari Populasi. Dimana Populasi Adalah Suatu Kumpulan Menyeluruh Daru Suatu Objek Yang Merupakan Perhatian Peneliti. Objek Penelitian Dapat Berupa Mahluk Hidup, Benda, System, Prosedur, Fenomena, Dan Lain–Lainnya.

- Beberapa Unsur Dalam Menentukan Sampel, Yakni Sebagai Berikut :
- Populasi Adalah Wilayah Generalisasi Yang Terdiri Atas Objek Atau Subjek Yang Mempunyai Kualitas Dan Karakteristik Tertentu Yang Ditetapkan Oleh Peneliti Untuk Dipelajari Dan Kemudian Ditarik Kesimpulannya. Populasi Yang Dimaksud Adalah Mahasiswa UBD Yang Memakai *Smartphone*.
  - Sampel Adalah Bagian Dari Jumlah Dan Karakteristik Yang Dimiliki Oleh Populasi Tersebut. Besarnya Populasi Dalam Penelitian Yang Akan Dilakukan, Dan Dalam Waktu Terbatas Yang Dimiliki Oleh Peneliti, Maka Sampel Yang Diambil Adalah Sebanyak 60 Responden Dengan Menyebarkan 100 Kuesioner. Sampel Diambil Secara Pilihan (*Probability Sampling*), Yaitu Teknik Yang Tidak Memberikan Peluang Atau Kesempatan Sama Bagi Setiap Unsur Atau Anggota Populasi Untuk Dipilih Menjadi Sampel.

### Hasil Dan Pembahasan

Pada Penelitian Ini Penulis Mengumpulkan Data-Data Dengan Mengambil 60 Orang Atau Responden Untuk Dijadikan Sampel Dalam Menjawab Pernyataan-Pernyataan Yang Diajukan Penulis Mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Tiga Agung Dalam Bentuk Beberapa Pernyataan Atau Kuesioner Yang Diajukan Kepada 60 Orang Atau Responden.

Dalam Hal Ini Penulis Menganalisa Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Menggunakan Penelitian Yang Dilakukan Dengan Cara Menyebarkan Kuisisioner Kepada Responden. Penulis Membagikan Masing-Masing 10 Pernyataan Untuk Setiap Variabel Kepada 60 Orang Konsumen Yang Digunakan Sebagai Sampel. Berikut Ini Data Mengenai Profil Responden PT. Tiga Agung Dijelaskan Melalui Tabel Dibawah Ini.

### Hasil Penelitian Berdasarkan Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Data Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki_Laki	51	85,0	85,0	85,0
	Perempuan	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Berdasarkan Data Diatas Dapat Dilihat Bahwa Terdapat Jenis Kelamin Laki-Laki Dan Perempuan. Dimana Banyaknya Responden Yang Berjenis Kelamin Laki-Laki Sebanyak 51 Orang Dengan Persentase 85% Sedangkan Responden Yang Berjenis Kelamin Perempuan Sebanyak 9 Orang Dengan Persentase 15%. Dimana Jumlah Responden Terbanyak Adalah Responden Berjenis Kelamin Laki Laki Sebanyak 51 Orang Dengan Tingkat Persentase 85%.

## 2. Usia

**Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20th	8	13,3	13,3	13,3
	21-25th	48	80	80	80
	26-30th	4	6,7	6,7	6,7
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Berdasarkan Data Diatas Dilihat Bahwa Terdapat Tingkatan Usia. Dimana Tingkat Usia 17–20 Tahun Sebanyak 8 Orang Dengan Presentase 13,3%, Tingkat Usia 21–25 Tahun Sebanyak 48 Orang Dengan Presentase 80% Dan Tingkat Usia 26 – 30 Tahun Sebanyak 4 Orang Dengan Presentase 6,7%. Dimana Tingkat Usia Terbanyak Adalah Dengan Tingkat Usia 21-25 Tahun Sebanyak 48 Orang Dengan Presentase 80%.

## 3. Pendidikan

**Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sma	5	8,3	8,3	8,3
	D1-D3	12	20,0	20,0	28,3
	S1	43	71,7	71,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Berdasarkan Data Diatas Dilihat Bahwa Terdapat Tingkatan Pendidikan. Dimana Tingkat SMA Sebanyak 5 Orang Dengan Presentase 8,3%, Tingkat D1-D3 Sebanyak 12 Orang Dengan Presentase 20%, Tingkat S1 Sebanyak 43 Orang Dengan Presentase 71,7%. Dimana Tingkat Pendidikan Terbanyak Adalah Dengan Tingkat S1 Sebanyak 43 Orang Dengan Presentase 71,7%.

## Pembahasan Penelitian

### 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Dalam Penelitian Ini Penulis Membuat 10 Pernyataan Yang Dinyatakan Untuk Variabel X1 Mengenai Kualitas Produk. Untuk Mengetahui Lebih Lanjut, Apakah Semua Pernyataan Tersebut Valid Dan Reliabel, Maka Dapat Dilakukan Uji Validitas Dan Reliabilitas.

<b>Tabel 4. Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N Of Items
,874	10

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 4 *Reliability Statistics* Diatas Dapat Dilihat Bahwa Nilai *Cronbrach's Alpha* Adalah Sebesar 0,874 Dengan Jumlah 10 Pernyataan. Jika Dibandingkan Dengan Nilai

Alpha Romie Priyastama (2017, 170) Dalam Bukunya “Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data”, Maka Nilai *Cronbrach’s Alpha* Dan Variabel Kualitas Produk Lebih Besar Dari Pada Nilai  $A = 0,60$ . Jadi Dapat Disimpulkan Bahwa Semua Kuesioner Tentang Kualitas Produk Tersebut Terbukti Dapat Diterima Dan Reliabel.

<b>Tabel 5. Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
X1_1	33,2333	32,182	,395	,874
X1_2	33,3167	30,288	,595	,863
X1_3	33,4167	30,451	,554	,865
X1_4	33,4333	29,097	,639	,858
X1_5	33,5667	26,928	,778	,846
X1_6	33,7333	26,199	,790	,844
X1_7	33,7000	26,214	,786	,844
X1_8	33,4167	30,417	,314	,890
X1_9	33,4000	28,820	,577	,863
X1_10	33,2833	30,410	,623	,861

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 5 Dapat Dijelaskan Bahwa:

- Tabel Item-Total *Statistic* Menunjukkan Hasil Perhitungan Validitas Untuk 10 Pernyataan.
- Menentukan Besarnya Nilai  $R_{tabel}$  Dengan Ketentuan Tingkat Kepercayaan (*Degree Of Freedom = Df*) Jumlah Responden Dikurangi 2 Atau  $60 - 2 = 58$  Dengan Tingkat Signifikan 5% Maka  $R_{tabel}$  Sebesar 0,254.
- Membandingkan  $R_{tabel}$  Dengan Setiap Butir  $R_{hitung}$  Pernyataan Dengan Cara Membandingkan *Output Correlated Item Total Correlation* Dengan 0,254  $R_{tabel}$ .
- Jika Dibandingkan Dengan  $R_{tabel}$  Pada Kolom *Correlated Item Total Correlation*. Nilai  $R_{hitung}$  Semua Pernyataan Tentang Kualitas Produk Lebih Besar  $R_{table}$  Artinya Semua Pernyataan Sudah Valid.

## 2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Harga (X2)

Dalam Penelitian Ini Penulis Membuat 10 Pernyataan Yang Dinyatakan Untuk Variabel X2 Mengenai Harga. Untuk Mengetahui Lebih Lanjut, Apakah Semua Pernyataan Tersebut Valid Dan Reliabel, Maka Dapat Dilakukan Uji Validitas Dan Reliabilitas.

<b>Tabel 6. Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N Of Items
,895	10

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPPS 23

Pada Tabel 6 *Reliability Statistics* Diatas Dapat Dilihat Bahwa Nilai *Cronbrach’s Alpha* Adalah Sebesar 0,895 Dengan Jumlah 10 Pernyataan. Jika Dibandingkan Dengan Nilai Alpha Romie Priyastama (2017, 170) Dalam Bukunya “Buku Sakti

Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data”, Maka Nilai *Cronbrach’s Alpha* Dan Variabel Harga Lebih Besar Dari Pada Nilai  $A = 0,60$ . Jadi Dapat Disimpulkan Bahwa Semua Kuesioner Tentang Harga Tersebut Terbukti Dapat Diterima Dan Reliabel.

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
X2_1	33,6667	23,989	,602	,887
X2_2	33,8833	23,969	,581	,888
X2_3	33,8500	24,231	,725	,882
X2_4	33,8833	22,918	,694	,880
X2_5	34,1333	22,694	,578	,890
X2_6	34,0667	23,114	,722	,879
X2_7	34,0667	22,843	,640	,884
X2_8	34,0833	22,823	,601	,888
X2_9	34,0667	23,114	,693	,881
X2_10	33,9000	23,888	,638	,885

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 7 Dapat Dijelaskan Bahwa :

- Tabel Item-Total *Statistic* Menunjukkan Hasil Perhitungan Validitas Untuk 10 Pernyataan.
- Menentukan Besarnya Nilai  $R_{tabel}$  Dengan Ketentuan Tingkat Kepercayaan (*Degree Of Freedom = Df*) Jumlah Responden Dikurangi 2 Atau  $60 - 2 = 58$  Dengan Tingkat Signifikan 5% Maka  $R_{tabel}$  Sebesar 0,254.
- Membandingkan  $R_{tabel}$  Dengan Setiap Butir  $R_{hitung}$  Pernyataan Dengan Cara Membandingkan *Output Correlated Item Total Correlation* Dengan 0,254  $R_{tabel}$ .
- Jika Dibandingkan Dengan  $R_{tabel}$  Pada Kolom *Correlated Item Total Correlation*. Nilai  $R_{hitung}$  Semua Pernyataan Tentang Harga Lebih Besar  $R_{table}$  Artinya Semua Pernyataan Sudah Valid.

### 3. Uji Vadilitas Dan Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Dalam Penelitian Ini Penulis Membuat 10 Pernyataan Yang Dinyatakan Untuk Variabel Y Tentang Minat Beli Konsumen. Untuk Mengetahui Lebih Lanjut, Apakah Semua Pernyataan Tersebut Reliable, Maka Dapat Dilakukan Uji Reabilitas Dengan Hasil Uji Reabilitas Sebagai Berikut:

Cronbach's Alpha	N Of Items
,861	10

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 8 *Reliability Statistics* Diatas Dapat Dilihat Bahwa Nilai *Cronbrach’s Alpha* Adalah Sebesar 0,861 Dengan Jumlah 10 Pernyataan. Jika Dibandingkan Dengan Nilai Alpha Romie Priyastama (2017, 170) Dalam Bukunya “Buku Sakti

Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data”, Maka Nilai *Cronbrach's Alpha* Dan Variabel Minat Beli Lebih Besar Dari Pada Nilai  $A = 0,60$ . Jadi Dapat Disimpulkan Bahwa Semua Kuesioner Tentang Minat Beli Tersebut Terbukti Dapat Diterima Dan Reliabel.

<b>Tabel 9. Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
Y_1	35,0833	18,790	,551	,850
Y_2	35,0167	18,695	,582	,848
Y_3	35,0500	18,116	,661	,842
Y_4	35,3000	18,044	,587	,847
Y_5	35,2167	17,732	,547	,851
Y_6	35,3500	18,164	,567	,849
Y_7	35,5000	17,475	,539	,853
Y_8	35,1000	17,617	,619	,844
Y_9	35,1333	19,202	,478	,855
Y_10	35,4500	16,964	,630	,843

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 9 Dapat Dijelaskan Bahwa :

- Tabel Item-Total Statistic Menunjukkan Hasil Perhitungan Validitas Untuk 10 Pernyataan.
- Menentukan Besarnya Nilai  $R_{tabel}$  Dengan Ketentuan Tingkat Kepercayaan (*Degree Of Freedom = Df*) Jumlah Responden Dikurangi 2 Atau  $60 - 2 = 58$  Dengan Tingkat Signifikan 5% Maka  $R_{tabel}$  Sebesar 0,254.
- Membandingkan  $R_{tabel}$  Dengan Setiap Butir  $R_{hitung}$  Pernyataan Dengan Cara Membandingkan *Output Correlated Item Total Correlation* Dengan 0,254  $R_{tabel}$ .
- Jika Dibandingkan Dengan  $R_{tabel}$  Pada Kolom *Correlated Item Total Correlation*. Nilai  $R_{hitung}$  Semua Pernyataan Tentang Minat Beli Lebih Besar  $R_{table}$  Artinya Semua Pernyataan Sudah Valid.

## Hasil Analisa Penelitian

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung

Dalam Penelitian Ini, Penulis Menggunakan Populasi Sebanyak 60 Responden. Penulis Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung Dengan Menggunakan Penelitian. Penelitian Dilakukan Dengan Pembagian Kuesioner, Penulis Memberikan 10 Pernyataan Dari Setiap Indikatornya Mengenai Kualitas Produk, 10 Pernyataan Mengenai Harga, Dan 10 Pernyataan Mengenai Minat Beli Konsumen Terhadap 60 Orang Konsumen Yang Digunakan Sebagai Sampel.

Untuk Mengetahui Ada Atau Tidaknya Pengaruh Antara Variabel X1 ( Kualitas Produk ) Dan Variabel X2 ( Harga ) Dengan Variabel Y ( Minat Beli Konsumen ) Serta Mengukur Kuat Tidaknya Pengaruh Tersebut, Maka Digunakan Analisa Regresi Linear



Berganda Dengan Menggunakan Perhitungan SPSS (*Statistical Package For Service Softition*), Berikut Ini Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Adalah Sebagai Berikut :

Tabel 10. Hasil Perhitungan Standar Deviasi

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat_Beli	39,1333	4,68849	60
Kualitas_Produk	36,9000	5,72150	60
Harga	37,7333	5,33891	60

Sumber : Data Kuesioner Olahan SPSS 23

Pada Tabel 10 Dapat Dilihat Bahwa:

- Mean (Rata-Rata) Dari Variabel Y (Minat Beli Konsumen) Dengan Jumlah Responden 60 Orang Adalah 39,13 Dengan Standar Deviasi Sebesar 4,68849.
- Mean (Rata-Rata) Dari Variabel X1(Kualitas Produk) Dengan Jumlah Responden 60 Orang Adalah 36,90 Dengan Standar Deviasi Sebesar 5,72150.
- Mean (Rata-Rata) Dari Variabel X2 (Harga) Dengan Jumlah Responden 60 Orang Adalah 37,73 Dengan Standar Deviasi Sebesar 5,33891.

Tabel 11. Tabel Perhitungan Koefisien Korelasi

Correlations				
		Minat_Beli	Kualitas_Produk	Harga
Pearson Correlation	Minat_Beli	1,000	,694	,629
	Kualitas_Produk	,694	1,000	,679
	Harga	,629	,679	1,000
Sig. (1-Tailed)	Minat_Beli	.	,000	,000
	Kualitas_Produk	,000	.	,000
	Harga	,000	,000	.
N	Minat_Beli	60	60	60
	Kualitas_Produk	60	60	60
	Harga	60	60	60

Sumber : Data Kuesioner SPSS 23

Dari Tabel Diatas Dapat Dilihat Bahwa :

- Besar Hubungan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung Yang Ditunjukkan Dengan Nilai Koefisien Korelasi Sebesar 0,694 Mendekati 1, Yang Artinya Korelasi Cukup Kuat Dan Memiliki Arah Yang Positif.

- b. Besar Hubungan Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung Ditunjukkan Dengan Nilai Koefisien Korelasi Sebesar 0,629 Mendekati 1, Yang Artinya Korelasi Cukup Kuat Dan Memiliki Arah Yang Positif.

Tabel Correlations Menunjukkan Bahwa: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dapat Dilihat Dari Angka Probabilitas Sebesar  $0,000 < 0,05$  Dimana Jika Angka Probabilitas  $< 0,05$ , Maka Terdapat Hubungan Yang Signifikan Antara Ketiga Variabel Tersebut. Dapat Dilihat Dari Tabel Diatas, Nilai Probabilitas Pada Kolom Signifikan Sebesar 0,000 Menunjukkan Korelasi Ketiga Variabel Adalah Signifikan Yang Artinya Menolak  $H_0$  Dan Menerima  $H_a$ .

**Tabel 12. Tabel Metode Stepwise**

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Produk		. Stepwise (Criteria: Probability-Of-F-To-Enter $\leq$ ,050, Probability-Of-F-To-Remove $\geq$ ,100).
2	Harga		. Stepwise (Criteria: Probability-Of-F-To-Enter $\leq$ ,050, Probability-Of-F-To-Remove $\geq$ ,100).
A. Dependent Variable: Minat_Beli			

Dari Tabel Diatas Dapat Dilihat Kualitas Produk Dan Harga Merupakan Variabel Masukan (*Variabel Entered*), Karena Probabilitas Dari Kualitas Produk Dan Harga Memenuhi Kriteria Probabilitas. Dimana Probabilitas Dari Kualitas Produk Dan Harga Dibawah 0,05.

**Tabel 13. Tabel Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>c</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	Df1	Df2	
1	,694 <sup>a</sup>	,481	,472	3,40625	,481	53,780	1	58	,000
2	,726 <sup>b</sup>	,528	,511	3,27856	,046	5,606	1	57	,021
A. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk									
B. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga									
C. Dependent Variable: Minat_Beli									

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Dari Tabel Diatas Dapat Dilihat Dilihat Bahwa :

- a. Kolom R Model 1 Menunjukkan Bahwa Angka Koefisien Korelasi Yaitu Sebesar 0,694. Hal Ini Berarti Adanya Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kuat.
- b. Kolom R Square Untuk Model 1 Menunjukkan Angka R Square Adalah 0,481 (Adalah Pengkuadratan Dari Koefisien Korelasi Atau  $0,694 \times 0,694 = 0,481$ ). R Square Disebut Juga Koefisien Determinasi. Hal Ini Berarti Besarnya Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Adalah (48,1%) Sedangkan Sisanya ( $100\% - 48,1\% = 51,9\%$ ) Di Pengaruhi Faktor-Faktor Lain. R Square Berkisar 0 Sampai 1, Semakin Kecil Angka R Square Menunjukkan Semakin Kuat Hubungan Antara Variabel Dan Sebaliknya.
- c. Kolom *Adjusted R Square* Untuk Model 1 Adalah Sebesar 0,472
- d. Kolom *Standar Error Of Th Estimate* Untuk Model 1 Adalah Sebesar 3.40625.
- e. Perhatikan Pada Tabel 4.43 Diatas Bahwa Nilai *Standar Deviasi* Minat Beli Konsumen Adalah 4.68849 Yang Jauh Lebih Besar Dari *Std. Error Of The Estimate* Yang Hanya Sebesar 3.40625.
- f. Kolom R Untuk Model 2 Menunjukkan Angka Koefisien Korelasi Yaitu Sebesar 0,726. Hal Ini Berarti Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Adalah Cukup Kuat.
- g. Kolom R Square Untuk Model 2 Menunjukkan Angka R Square Sebesar 0,528 (Adalah Pembulatan Serta Pengkuadratan Dari Koefisien Korelasi Atau  $0,726 \times 0,726 = 0,528$ ). R Square Disebut Juga Koefisien Determinasi. Hal Ini Berarti Besarnya Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Adalah 52,8%, Sedangkan Sisanya ( $100\% - 52,8\% = 47,2\%$ ) Dipengaruhi Oleh Faktor-Faktor Lain Berkisar Pada 0 Sampai 1, Semakin Kecil R Square Menunjukkan Semakin Lemah Pengaruh Antara Variabel Dan Sebaliknya.
- h. Kolom *Adjusted R Square* Untuk Model 2 Adalah Sebesar 0,511.
- i. Kolom *Std. Error Of The Estimate* Untuk Model 2 Adalah Sebesar 3.27856.
- j. Perhatikan Pada Tabel 4.43 Di Atas Bahwa Nilai Standar Deviasiasi Minat Beli Konsumen Adalah Sebesar 4.68849 Yang Jauh Lebih Besar Dari *Std. Error Of The Estimate* Yang Hanya Sebesar 3.27856.

**Tabel 14. Hasil Perhitungan Anova**

		Anova <sup>a</sup>				
Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623,985	1	623,985	53,780	,000 <sup>b</sup>
	Residual	672,948	58	11,603		
	Total	1296,933	59			
2	Regression	684,244	2	342,122	31,828	,000 <sup>c</sup>
	Residual	612,689	57	10,749		
	Total	1296,933	59			
A. Dependent Variable: Minat_Beli						
B. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk						
C. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga						

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Dari Tabel Diatas Dapat Dilihat Dilihat Bahwa :

- a. Dari Uji ANOVA Didapat  $F_{hitung}$  Untuk Model 1 Adalah 53,780 Dengan Tingkat Signifikan 0,000 Dimana Angka  $0,000 < 0,05$  Dan Juga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Atau  $53,780 > 3,16$ , Dengan Demikian  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima Artinya Terdapat Pengaruh Antara Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) Dan Harga ( $X_2$ ) Dengan Minat Beli Konsumen, Maka Model Regresi Tersebut Sudah Layak Dan Tepat.
- b. Dari Uji ANOVA Didapat  $F_{hitung}$  Untuk Model 2 Adalah 31,828 Dengan Tingkat Signifikan 0,000 Dimana Angka  $0,000 < 0,05$  Dan Juga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Atau  $31,828 > 3,16$ , Dengan Demikian  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima Artinya Terdapat Pengaruh Antara Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) Dan Harga ( $X_2$ ) Minat Beli Konsumen, Maka Model Regresi Tersebut Sudah Layak Dan Tepat.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,160	2,894		6,276	,000
	Kualitas_Produk	,568	,078	,694	7,333	,000
2	(Constant)	14,458	3,194		4,527	,000
	Kualitas_Produk	,405	,102	,494	3,988	,000
	Harga	,258	,109	,294	2,368	,021

A. Dependent Variable: Minat\_Beli

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Dari Tabel Diatas Dapat Dilihat Dilihat Bahwa :

- a. Untuk Penyusunan Persamaan Regresi Dari Data Diatas, Dapat Menggunakan Nilai-Nilai Dari B Yaitu *Unstandardized Coefficients*. Dari Kolom B Ini Didapat Nilai Konstan Sebesar 14,458, Sedangkan Untuk Nilai Koefisien Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) Sebesar 0.405 Dan Variabel Harga Harga ( $X_2$ ) Sebesar 0.258.
- b. Dari Nilai-Nilai Koefisien Diatas Persamaan Regresi Sebagai Berikut :

$$Y = A + B_1x_1 + B_2x_2$$

Y = Minat Beli Konsumen

$X_1$  = Kualitas Produk.

$X_2$  = Harga.

$\alpha$  = Konstanta.

$B_1$  = Koefisien Regresi Kualitas Produk.

$B_2$  = Koefisien Regresi Harga.

Maka Diperoleh Persamaan,

$$Y = 14,458 + 0.405X_1 + 0.258X_2$$

- c. Pada Saat Variabel X1 (Kualitas Produk) Terjadi Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 1 Poin Maka Variabel Y (Minat Beli Konsumen) Akan Mengalami Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 0,405.
- d. Pada Saat Variabel X2 (Harga) Terjadi Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 1 Poin Maka Variabel Y (Minat Beli Konsumen) Akan Mengalami Peningkatan Atau Penurunan Sebesar 0,258.
- e. Untuk Regresi Berganda, Angka Korelasi Pengaruh Kualitas Produk (X1) Sebesar 0,494 Dan Angka Korelasi Harga (X2) Sebesar 0,294 Adalah Hasil Yang Didapat Pada Kolom *Standardized Coefficient* (Beta).
- f. Pada Kolom T Digunakan Pengujian T Untuk Menguji Kebenaran Dari Hipotesis Yang Ada, Dilakukan Dengan Cara Membandingkan Nilai  $T_{hitung}$  Yang Diperoleh Dengan Nilai Tabel  
Kriteria Pengujian :
  - 1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima.
  - 2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  Maka  $H_0$  Diterima Dan  $H_a$  Ditolak.
  - 3) Pada Kolom T Diketahui Bahwa  $T_{hitung}$  Untuk Kualitas Produk (X1) Adalah Sebesar 3.988 Dengan Menggunakan Tabel Distribusi Normal T Dan Menggunakan Tingkat Keyakinan Pengujian (  $1 - \alpha$  ) Sebesar 95% Dan Tingkat Kesalahan ( $\alpha$ )  $N-2 = 60 - 2 = 58$ , Maka Diperoleh Nilai Distribusi Tabel T Adalah 2.001. Oleh Karena  $T_{hitung}$  Kualitas Produk Lebih Besar Dari  $T_{tabel}$  Atau  $3,988 > 2,001$ , Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima.
  - 4) Kolom  $T_{hitung}$  Untuk Harga (X2) 2.368 Dengan Menggunakan Tabel Distribusi Normal T Dan Menggunakan Tingkat Kesalahan ( $\alpha$ ) Sebesar 95% Dan Tingkat Kesalahan (Df)  $N-2 = 60 - 2 = 58$ , Maka Diperoleh Nilai Distribusi Tabel T Adalah 2.001. Oleh Karena Itu  $T_{hitung}$  Harga Lebih Besar Dari Tabel T Atau  $2,368 > 2,001$ , Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima.
- g. Pada Kolom Signifikan Digunakan Untuk Pengujian Probabilitas. Kriteria Pengujian: Jika Probabilitas  $< 0,05$  Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima.  
Jika Probabilitas  $> 0,05$  Maka  $H_0$  Diterima Dan  $H_a$  Ditolak.
- h. Terlihat Pada Kolom Signifikan Diketahui Nilai Probabilitas Untuk Kualitas Produk (Variabel X1) Adalah 0,000 Dan Harga (Variabel X2) Adalah 0.021 Atau Nilai Probabilitas Jauh Di Bawah 0,05, Dengan Demikian Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima, Dengan Kata Lain Koefisien Regresi Signifikan, Artinya Kualitas Produk (Variabel X1) Dan Harga (Variabel X2) Benar-Benar Sangat Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen (Variabel Y).

## Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian, Diperoleh Kesimpulan Bahwa Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung, Berikut Ini Adalah Kesimpulan Dari Hasil Penelitian :

1. Analisa Variabel Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Adalah Besar Pengaruh Kualitas Produk Ditunjukkan Dengan Nilai Koefisien Korelasi Sebesar 0,694 Mendekati 1, Dimana Korelasi Memiliki Hubungan Yang Positif Dan Kuat. Dari Hasil Pengujian T Memperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  (  $3,988 > 2,001$  ) Dan Memiliki Signifkasi Sebesar 0,00 Nilai Ini Lebih Kecil Dari 0,00 (  $0,000 > 0,05$  ). Ini Berarti  $H_0$  Ditolak Dan

- Ha Diterima. Sehingga Dapat Disimpulkan Bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen.
2. Analisa Variabel Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Adalah Besar Pengaruh Harga Ditunjukkan Dengan Nilai Koefisien Korelasi Sebesar 0,629 Mendekati 1, Dimana Korelasi Memiliki Hubungan Yang Positif Dan Kuat. Dari Hasil Pengujian T Memperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( 2.368 > 2.001 ) Dan Memiliki Signifkasi Sebesar 0.00 Nilai Ini Lebih Kecil Dari 0,00 ( 0,000 > 0,05 ). Ini Berarti Ho Ditolak Dan Ha Diterima. Sehingga Dapat Disimpulkan Bahwa Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen.
  3. Analisa Variabel Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Adalah Terdapat Pengaruh Yang Kuat Antara Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. Dari Hasil Pengujian F Memperoleh Nilai Didapat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Atau (53.780 > 3,16), Nilai Ini Lebih Kecil Dari 0,05 (0,000 < 0,05), Dengan Demikian Ho Ditolak Dan Ha Diterima Artinya Terdapat Pengaruh Linear Antara Variabel Kualitas Produk Dengan Minat Beli Konsumen. Sedangkan Dari Hasil Pengujian F Memperoleh Nilai Didapat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (31.828 > 3,16), Nilai Ini Lebih Kecil 0,05 (0,000 < 0,05), Dengan Demikian Ho Ditolak Dan Ha Diterima Artinya Terdapat Pengaruh Linear Antara Variabel Harga Dengan Minat Beli Konsumen. Sehingga Dapat Disimpulkan Bahwa Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen.

## Daftar Pustaka

- Andy, A. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GERAJ ALFAMIDI TAMAN ROYAL TANGERANG. *Primanomics*, 1-8.
- Annafik, F. A., & Rahardjo, M. (2012). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 274-281.
- Bachriansyah, A. R. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Yasa, N. K., & Prawira, B. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3642.