

BAB III

ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menyajikan hasil penelitian yang telah diolah menggunakan *Microsoft Excel* dan *SPSS for windows version 16.0*. Data tersebut diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan pembelian Samsung Galaxy Series J. Data hasil kuesioner dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Adapun data yang dijabarkan berkaitan dengan identitas responden dan tanggapan responden tentang variabel penelitian yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian.

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dalam proses pengolahan data. Uji validitas dan uji reliabilitas diharuskan karena instrumen dalam kuesioner harus valid dan reliabel sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian pun dapat valid dan reliabel.

Uji validitas dalam proses analisis data bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen penelitian tersebut. Valid diartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabel diartikan jika instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dapat menghasilkan data yang sama pula atau disebut juga uji konsistensi variabel. Hasil uji validitas dan uji reliabilitas dari indikator –

indikator dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 16.0. Berikut ini adalah pengujian validitas dan reliabilitas indikator – indikator dari variabel dalam penelitian yang akan diujikan, dapat dilihat pada tabel – tabel berikut dibawah ini :

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen (alat ukur/indikator). Valid dapat diartikan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil instrumen dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2009:172). Pengujian instrumen menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan tujuan tiap pertanyaan dalam kuesioner benar – benar memiliki tingkat validitas yang dapat diandalkan karena nilai r tabel yang dimaksud cukup tinggi.

Uji validitas menggunakan uji korelasi satu sisi maka diperoleh nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai r hitung > dari nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir – butir pertanyaan dinyatakan valid. Pernyataan dikatakan tidak valid apabila r hitung < dari r tabel. Pada penelitian ini sebanyak 100 responden, maka $100 - 2 = 98$ dengan probabilitas atau tingkat kepercayaan 5% sehingga dapat diketahui r tabel adalah sebesar 0,1966. Kaidah yang berlaku adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid
- b. Jika r hitung < r tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Berikut data yang disajikan adalah hasil uji validitas dari variabel Kualitas Produk (X1) dapat dilihat pada tabel 3.1 :

Tabel 3 1
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

| No. | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----|---|----------|---------|------------|
| 1. | Kinerja atau sistem operasi yang berkualitas tinggi | 0,713 | 0,1966 | Valid |
| 2. | Daya tahan baterai yang tahan lama | 0,558 | 0,1966 | Valid |
| 3. | Spesifikasi Samsung Galaxy Series J sesuai dengan yang ditawarkan | 0,640 | 0,1966 | Valid |
| 4. | Fitur – fitur yang lengkap dan canggih | 0,493 | 0,1966 | Valid |
| 5. | Fitur Samsung Galaxy Series J yang mudah digunakan | 0,542 | 0,1966 | Valid |
| 6. | Desain Samsung Galaxy Series J yang menarik | 0,576 | 0,1966 | Valid |
| 7. | Desain Samsung Galaxy Series J berbeda dengan merek lainnya | 0,456 | 0,1966 | Valid |
| 8. | Kemudahan mencari service center Samsung | 0,524 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.1 dapat dilihat bahwa angka r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk (X1) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung \geq r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk (X1) adalah valid yaitu semua indikator dapat digunakan untuk menanyakan atau mengukur variabel kualitas produk.

Adapun hasil perhitungan validitas untuk variabel citra merek (X2) dapat dilihat pada tabel 3.2 :

Tabel 3 2
Hasil Uji Validitas Citra Merek

| No. | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----|---|----------|---------|------------|
| 1. | Samsung merupakan perusahaan dengan reputasi yang baik | 0,584 | 0,1966 | Valid |
| 2. | Percaya diri menggunakan produk Samsung Galaxy Series J | 0,697 | 0,1966 | Valid |
| 3. | Samsung merupakan produk yang berkualitas tinggi | 0,596 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.2 dapat dilihat bahwa angka r hitung pada semua item dapat digunakan untuk mengukur variabel citra merek (X2) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek (X2) semuanya valid. Artinya semua indikator dapat digunakan untuk mengukur variabel citra merek.

Adapun hasil perhitungan validitas untuk variabel harga (X3) dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3 3
Hasil Uji Validitas Harga

| No. | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----|--|------------|-----------|------------|
| 1. | Harga Samsung Galaxy seri J yang terjangkau | 0,607 | 0,1966 | Valid |
| 2. | Harga yang ditawarkan Samsung sesuai dengan kualitasnya | 0,673 | 0,1966 | Valid |
| 3. | Harga yang ditawarkan Samsung Galaxy J sesuai jika dibandingkan dengan smartphone lainnya yang sejenis | 0,627 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.3 dapat dilihat bahwa angka r hitung pada semua item dapat digunakan untuk mengukur variabel harga (X3) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel harga (X3) semuanya valid. Artinya semua indikator dapat digunakan untuk mengukur variabel harga.

Adapun hasil perhitungan validitas untuk variabel keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

| No. | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----|--|----------|---------|------------|
| 1. | Samsung Galaxy Series J memenuhi kebutuhan saya | 0,530 | 0,1966 | Valid |
| 2. | Informasi mengenai Samsung Galaxy seri J mudah dicari | 0,460 | 0,1966 | Valid |
| 3. | Informasi mengenai Samsung Galaxy seri J membantu dalam keputusan pembelian | 0,353 | 0,1966 | Valid |
| 4. | Samsung Galaxy seri J dinilai paling baik dibandingkan produk lainnya | 0,501 | 0,1966 | Valid |
| 5. | Yakin dengan keputusan pembelian Samsung Galaxy seri J menjadi pilihan utama | 0,586 | 0,1966 | Valid |
| 6. | Puas dengan informasi mengenai Samsung Galaxy seri J | 0,504 | 0,1966 | Valid |
| 7. | Merekomendasikan Samsung Galaxy Series J kepada orang lain | 0,598 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.4, dapat dilihat bahwa nilai r hitung setiap indikator pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian (Y) terlihat lebih besar dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang mewakili variabel keputusan pembelian adalah valid artinya semua indikator dapat digunakan untuk menanyakan atau mengukur variabel keputusan pembelian.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas memiliki pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan dalam mengumpulkan data karena instrumen tersebut sudah dinilai baik untuk digunakan. Kuesioner akan dikatakan reliabel apabila jawaban – jawaban yang diberikan oleh responden pada

pertanyaan – pertanyaan yang diajukan dapat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Kaidah – kaidah dalam pengambilan keputusan untuk melakukan uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika angka *Cronbach Alpha* melebihi 0,60 (*Cronbach Alpha* $>$ 0,60) maka, dapat diartikan bahwa variabel tersebut reliabel.
2. Jika angka *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60 (*Cronbach Alpha* $<$ 0,60) maka, dapat diartikan bahwa variabel tersebut tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas dari variabel – variabel penelitian yaitu Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Harga (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai berikut :

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | <i>Alpha</i> | Keterangan |
|------------------------------------|-----------------------|--------------|------------|
| Kualitas Produk | 0,834 | 0,60 | Reliabel |
| Citra Merek (<i>Brand Image</i>) | 0,785 | 0,60 | Reliabel |
| Harga | 0,773 | 0,60 | Reliabel |
| Keputusan pembelian | 0,777 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.5, menunjukkan bahwa semua variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Harga (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) hasil perhitungan alpha pada setiap variabelnya bernilai lebih besar dari 0,60 (*Cronbach alpha* \geq 0,60) sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner memiliki kesamaan hasil dalam waktu yang berbeda (reliabel) serta data yang

dihasilkan juga akurat sehingga layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Apabila indikator tersebut ditanyakan kembali kepada responden yang sama maka jawabannya masih sama.

3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian

Untuk dapat menganalisis jawaban responden atas variabel – variabel yang diuji, berikut ini adalah analisis deskriptif jawaban responden yang didapat dari kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden.

3.2.1. Persepsi Responden Terhadap Kualitas Produk

Variabel kualitas produk mencerminkan semua dimensi produk yang menghasilkan manfaat bagi konsumen. Dalam penelitian ini yang digunakan oleh konsumen dilihat dari dimensi kualitas yang diukur dengan indikator – indikator kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, desain dan *serviceability*. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung melihat kualitas produk yang baik. Persepsi responden mengenai indikator kualitas produk antara lain :

3.2.1.1 Kinerja, Samsung Galaxy J memiliki sistem operasi yang berkualitas tinggi

Kinerja sistem operasi yakni bagaimana cara kerja perangkat lunak (*software*) untuk mengatur atau mengontrol kerja perangkat keras (*hardware*) dan menjalankan aplikasi atau *software* didalam suatu sistem *smartphone*. Sistem operasi yang digunakan Samsung Galaxy Seri J yakni berbasis Android. Kinerja sistem operasi Android pada Samsung Galaxy Seri J yakni bagaimana RAM yang ditawarkan, mudah dalam penggunaannya, tidak mudah mengalami *lag* atau

lambat saat digunakan, dapat mengunduh aplikasi secara gratis, dan sistem operasinya dapat di*upgrade* dengan mudah berdasarkan seri J yang dimilikinya. Adapun tanggapan responden dalam menanggapi kinerja sistem operasi Samsung Galaxy Series J yang berkualitas tinggi dapat dilihat dalam tabel 3.6 berikut ini:

Tabel 3.6
Memiliki Kinerja Atau Sistem Operasi Yang Berkualitas Tinggi

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat berkualitas tinggi | 18 | 18 |
| 2 | Berkualitas tinggi | 43 | 43 |
| 3 | Cukup berkualitas tinggi | 35 | 35 |
| 4 | Kurang berkualitas tinggi | 4 | 4 |
| 5 | Tidak berkualitas tinggi | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas dapat diketahui bahwa terdapat 43% responden menilai Kinerja Samsung Galaxy Seri J berkualitas tinggi, 18% responden menyatakan sangat berkualitas tinggi, sebanyak 35% responden menyatakan cukup berkualitas tinggi, dan 4% responden menyatakan kurang berkualitas tinggi.

Responden yang menyatakan persetujuannya mayoritas berpendapat bahwa kinerja sistem operasi Samsung Galaxy Seri J yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen yang diinginkan, yakni RAM yang ditawarkan cukup besar sesuai dengan seri J yang dimiliki karena setiap seri memiliki kapasitas RAM yang berbeda, mudah dalam pengoperasiannya, banyak pilihan aplikasi yang bisa diunduh secara gratis di Google *PlayStore*, operasi sistem yang mudah di *upgrade*, dan tidak mudah *lag* atau lambat ketika digunakan. Sedangkan responden yang memilih cukup berkualitas tinggi dan kurang berkualitas tinggi karena merasa masih terdapat kekurangan dari salah satu aspek tersebut.

3.2.1.2 Daya Tahan Baterai Yang Tahan Lama

Daya tahan baterai adalah kemampuan baterai tersebut bertahan dalam jangka waktu tertentu. Daya tahan baterai menjadi salah satu unsur yang penting bagi para pengguna Samsung Galaxy Seri J karena baterai sebagai sumber daya *smartphone* agar tetap menyala. Adapun tanggapan responden mengenai daya tahan baterai dari Samsung Galaxy Series J dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut ini:

Tabel 3.7
Daya Tahan Baterai Yang Tahan Lama

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|-------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat tahan lama | 25 | 25 |
| 2 | Tahan lama | 62 | 62 |
| 3 | Cukup tahan lama | 13 | 13 |
| 4 | Kurang tahan lama | 0 | 0 |
| 5 | Tidak tahan lama | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.7 dapat diketahui daya tahan baterai Samsung Galaxy Seri J menunjukkan bahwa 25% responden memberi tanggapan sangat tahan lama, 62% responden menyatakan tahan lama, dan 13% responden menyatakan cukup tahan lama.

Responden yang menyatakan sangat tahan lama berpendapat karena daya tahan baterai Samsung Galaxy Seri J mampu bertahan selama 24 jam dengan penggunaan seperti *browsing*, penggunaan media sosial (whatsapp, line, video call, instagram) secara berkala. Sedangkan responden yang menyatakan tahan lama karena baterai tidak cepat habis meskipun digunakan untuk menjalankan aplikasi-aplikasi secara terus menerus (*youtube*, *live* instagram, pemutar musik, kamera, video). Dan responden yang menyatakan cukup tahan lama berpendapat

baterai dari Samsung Galaxy Seri J mampu bertahan selama kurang dari 6 jam meskipun digunakan untuk bermain game yang memiliki kapasitas besar (*mobile legend*).

3.2.1.3 Samsung Galaxy Series J Memiliki Spesifikasi Yang Sesuai Dengan Keinginan Konsumen

Spesifikasi merupakan perincian teknis atau karakteristik umum yang dimiliki oleh sebuah produk. Spesifikasi yang ditawarkan Samsung Galaxy Series J memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan dari setiap masing-masing *smartphone* tersebut. Memahami spesifikasi produk Samsung Galaxy Series J wajib dilakukan sebelum menentukan pilihan dalam membeli *smartphone* tersebut. Samsung Galaxy Series J mengunggulkan sejumlah spesifikasi dari *smartphone* yang dilihat dari bentuk, warna, ukuran layar, besar memori internal dan RAM, dual sim dengan jaringan 4G yang mendukung dan dilengkapi dengan kamera ganda serta adanya LED Flash dan *fingerprint*. Adapun tanggapan responden mengenai Samsung Galaxy Series J dengan spesifikasi sesuai yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel 3.8 berikut ini :

Tabel 3.8
Spesifikasi Sesuai Dengan Keinginan Konsumen

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat sesuai | 4 | 4 |
| 2 | Sesuai | 21 | 21 |
| 3 | Cukup sesuai | 55 | 55 |
| 4 | Kurang sesuai | 20 | 20 |
| 5 | Tidak sesuai | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.8 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan spesifikasi Samsung Galaxy Seri J sangat sesuai dengan keinginan dengan jumlah

4% responden. Responden menyatakan sesuai dengan jumlah 21% responden. Sebanyak 55% responden menyatakan cukup sesuai, dan 20% responden menyatakan kurang sesuai dengan keinginan konsumen.

Responden yang menyatakan sangat sesuai dan sesuai berpendapat bahwa spesifikasi yang ditawarkan oleh Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kebutuhan responden, karena spesifikasi yang terdapat dalam setiap Samsung Galaxy Seri J berbeda-beda sehingga memudahkan responden untuk memilih seri J yang mana agar dapat memenuhi kebutuhannya. Sedangkan yang menyatakan cukup sesuai dan kurang sesuai berpendapat karena spesifikasi yang ditawarkan Samsung Galaxy Seri J dinilai masih kurang unggul dibandingkan dengan merek lainnya yang mampu memberikan spesifikasi lebih unggul (RAM dan memori internal lebih besar, resolusi kamera).

3.2.1.4 Fitur – Fitur Samsung Galaxy Seri J Lengkap

Fitur merupakan berbagai macam fungsi dan kegunaan yang terdapat pada sebuah program aplikasi dalam sebuah produk. Fitur yang ada pada produk Samsung Galaxy Seri J dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Fitur lengkap yang dimiliki oleh Samsung Galaxy Series J memberikan kenyamanan tersendiri bagi konsumen yang disediakan seperti aplikasi *PlayStore* untuk mengunduh berbagai macam aplikasi secara gratis maupun berbayar, layanan perintah suara dan *fingerprint* pada seri J tertentu sebagai pengamanan *smartphone*. Dengan fitur yang lengkap yang dimiliki Samsung Galaxy Series J konsumen akan merasakan banyak manfaat yang sangat mudah mempermudah aktivitas konsumen. Adapun

tanggapan responden dalam menanggapi indikator tentang fitur – fitur Samsung Galaxy Series J, dapat dilihat dalam tabel 3.9 berikut ini:

Tabel 3.9
Fitur – Fitur Samsung Galaxy Seri J Lengkap

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|----------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat lengkap | 15 | 15 |
| 2 | Lengkap | 67 | 67 |
| 3 | Cukup lengkap | 18 | 18 |
| 4 | Kurang lengkap | 0 | 0 |
| 5 | Tidak lengkap | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.9 diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang menyatakan sangat lengkap dengan jumlah 15% responden. Sedangkan 67% responden menyatakan lengkap dan responden yang menyatakan cukup lengkap berjumlah 18%. Berdasarkan data tersebut responden yang menyatakan sangat lengkap dan lengkap beralasan bahwa fitur yang terdapat di Samsung Galaxy Seri J selalu *up-to date* sesuai dengan perkembangan jaman, sehingga responden dapat menikmati fitur tersebut serta ada beberapa fitur dalam Samsung Galaxy Seri J seperti dapat membuka dua tab sekaligus dalam satu layar, layar super AMOLED yang membuat grafik tampilan menjadi jelas dan mudah terbaca oleh konsumen, adanya layanan perintah suara saat menggunakan Google.

Sedangkan yang menyatakan cukup lengkap berpendapat bahwa fitur yang ada di beberapa Samsung Galaxy Seri J masih memiliki kekurangan seperti LED notifikasi, *fingerprnt* yang hanya ada di seri J tertentu.

3.2.1.5 Fitur Samsung Galaxy Series J Mudah Digunakan

Fitur mudah digunakan adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang ada di *smartphone*. Sehingga fitur yang mudah digunakan membuat

konsumen merasa nyaman saat menggunakan produk tersebut. Adapun tanggapan responden dalam menanggapi indikator fitur yang mudah digunakan dapat dilihat dalam tabel 3.10 berikut ini:

Tabel 3.10
Fitur Samsung Galaxy Series J Mudah Digunakan

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|------------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat mudah digunakan | 11 | 11 |
| 2 | Mudah digunakan | 42 | 42 |
| 3 | Cukup mudah digunakan | 47 | 47 |
| 4 | Kurang mudah digunakan | 0 | 0 |
| 5 | Tidak mudah digunakan | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.10 di atas dapat dijelaskan bahwa responden menyatakan sangat mudah digunakan dengan jumlah 11% responden. Responden menyatakan mudah digunakan dengan jumlah 42%. Sedangkan 47% responden menyatakan cukup mudah digunakan. Berdasarkan jumlah data tersebut responden yang menyatakan sangat mudah digunakan dan mudah digunakan beralasan bahwa saat menggunakan Samsung Galaxy Seri J pertama kali terdapat petunjuk penggunaannya, fitur yang ditawarkan tidak rumit untuk mengoperasikannya, terdapat pengaturan bahasa Indonesia sehingga mudah dimengerti dan untuk membuka menu pada *smartphone* hanya tinggal *swipe* ke atas. Sedangkan yang menyatakan cukup mudah digunakan beralasan bahwa disaat menampilkan menu prosesnya masih lambat sehingga harus menunggu beberapa detik.

3.2.1.6 Penampilan Produk Samsung Galaxy seri J Memiliki Desain yang Menarik

Desain merupakan rancangan yang tersusun dari bentuk, ukuran, warna yang dapat membuat suatu produk tersebut menarik. Desain yang menarik akan membuat konsumen lebih nyaman saat menggunakannya. Keindahan desain dari Samsung Galaxy Seri J dapat dilihat dari bentuk, warna yang ditawarkan, serta ukuran layar yang berbeda-beda pada setiap serinya. Adapun tanggapan responden dapat dilihat dalam tabel 3.12 berikut ini:

Tabel 3.11
Samsung Galaxy Series J Memiliki Desain Yang Menarik

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|----------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat menarik | 0 | 0 |
| 2 | Menarik | 21 | 21 |
| 3 | Cukup menarik | 61 | 61 |
| 4 | Kurang menarik | 18 | 18 |
| 5 | Tidak menarik | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.11 di atas dapat diketahui bahwa responden yang beranggapan Samsung Galaxy Series J menarik dengan jumlah 21% reponden. Sebanyak 61% responden menyatakan cukup menarik, dan 18% responden menyatakan kurang menarik. Berdasarkan jumlah data tersebut, responden yang menyatakan menarik berpendapat bahwa desain Samsung Galaxy Seri J terlihat mewah dan elegan saat digunakan karena terbuat dari metal dengan konsep *unibody* yang kartu SIM-nya harus menggunakan *injector*. Selain itu, ada yang berpendapat bahwa warna yang ditawarkan menarik dan bodi perangkat terlihat tipis. Sedangkan responden yang menyatakan cukup menarik dan kurang menarik

beralasan bahwa beberapa seri dari Samsung Galaxy Seri J masih ada yang terbuat dari plastik sehingga rentan pecah apabila *smartphone* jatuh.

3.2.1.7 Samsung Galaxy seri J Memiliki Desain yang Berbeda Dari Merek

Lainnya

Desain yang berbeda merupakan ciri khas produk pada suatu merek yang diproduksinya untuk membedakan dengan merek lainnya. Desain yang dirancang berbeda dengan merek lain akan membuat konsumen lebih mudah untuk membedakan produk Samsung Galaxy Seri J dengan lainnya. Adapun tanggapan responden mengenai desain dari Samsung Galaxy Seri J berbeda dengan merek lainnya dapat dilihat dalam tabel 3.12 berikut ini:

Tabel 3.12
Samsung Galaxy Series J Memiliki Desain Yang Berbeda Dengan Merek Lainnya

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|----------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat berbeda | 0 | 0 |
| 2 | Berbeda | 4 | 4 |
| 3 | Cukup berbeda | 52 | 52 |
| 4 | Kurang berbeda | 44 | 44 |
| 5 | Tidak berbeda | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.12 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan desain Samsung Galaxy Seri J dengan merek lainnya berbeda dengan jumlah 4% responden. Responden menyatakan cukup berbeda dengan jumlah 52% responden. Dan 44% responden menyatakan kurang berbeda. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan berbeda dan cukup berbeda beralasan bahwa beberapa dari Samsung Galaxy Seri J sudah menggunakan bahan metal yang membuat kesan lebih mewah dan elegan, warna yang ditawarkan Samsung

Galaxy Seri J semakin bervariasi, beberapa tipe telah menggunakan baterai tanam. Sedangkan yang berpendapat kurang berbeda beralasan bahwa desain Samsung Galaxy Seri J banyak ditiru oleh *smartphone* lainnya (Oppo) dan desainnya hampir sama sehingga tidak dapat dibedakan antara Samsung Galaxy Seri J dengan merek lainnya.

3.2.1.8 Tingkat Kemudahan Mencari *Service Center* Samsung

Kemudahan mencari *service center* adalah keterjangkauan dalam mencari tempat untuk memperbaiki Samsung Galaxy Seri J. *Service center* merupakan tempat yang disediakan oleh produsen sebuah produk bagi konsumennya untuk melakukan layanan perbaikan atau perawatan produk. Kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan mudah ditemukannya *service center*, karena hal ini dapat menjamin kualitas produk sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Tingkat kemudahan mencari *Service Center* Samsung untuk memperbaiki produk akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Karena dengan adanya *service center* dari produk yang dijual, konsumen akan lebih mudah apabila ingin memperbaiki *smartphone* nya ketika terjadi kerusakan. Adapun tanggapan responden mengenai tingkat kemudahan mencari *service center* Samsung dapat dilihat dalam tabel 3.13 berikut ini :

Tabel 3.13
Tingkat Kemudahan Mencari *Service Center* Samsung

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat mudah | 0 | 0 |
| 2 | Mudah | 40 | 40 |
| 3 | Cukup mudah | 59 | 59 |
| 4 | Kurang mudah | 1 | 1 |
| 5 | Tidak mudah | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.13 diatas dapat diketahui bahwa 22% responden menyatakan tingkat kemudahan *service center* Samsung mudah ditemukan. Responden sebanyak 59% menyatakan bahwa tingkat kemudahan mencari *service center* Samsung cukup mudah ditemukan. Dan 1% menyatakan kurang mudah ditemukan. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan mudah dan cukup mudah beralasan bahwa *service center samsung* yang disediakan terdapat di setiap kota, letaknya yang strategis serta dapat diakses menggunakan GoggleMaps. Sedangkan yang menyatakan kurang mudah beralasan karena *service center samsung* yang disediakan jauh dari jangkauan responden.

3.2.1.9 Kategorisasi Untuk Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan data – data diatas penilaian yang ingin diperoleh berikutnya adalah persepsi responden mengenai kualitas produk secara umum. Mengenai persepsi responden terhadap kualitas produk secara umum idealnya kualitas produk yang diperhatikan oleh konsumen meliputi kinerja, daya tahan, spesifikasi, fitur, desain dan *serviceability*. Berikut ini disajikan penyusunan tabel distribusi frekuensi nilai variabel kualitas produk dari 100 responden Tahap yang dilakukan adalah menentukan besarnya interval kelas dengan menggunakan teknik belah

rank, dengan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai kumulatif tertinggi dikurangi dengan nilai kumulatif rendah

K = Jumlah Interval Kelas

Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk terdiri dari 8 pertanyaan (indikator) berskala likert, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1-5, dengan kategori :

Skor 1 : sangat tidak baik

Skor 2 : tidak baik

Skor 3 : cukup baik

Skor 4 : baik

Skor 5 : sangat baik

Kemudian dari skor masing - masing item pertanyaan dijumlahkan untuk mendapatkan akumulasi skor. Berdasarkan tabel frekuensi pada keseluruhan total indikator variabel kualitas produk, memiliki skor terendah sampai dengan yang tertinggi yaitu 8 – 40. Dengan memperhatikan lebar interval (I) selanjutnya skor kumulatif diklasifikasikan dalam lima kategori berikut ini yaitu :

$$I = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{(40 - 8)}{5} = 32/5 = 6,4$$

Dengan demikian kategorinya kualitas produk sebagai berikut :

- a) Kategori sangat tidak baik dengan interval nilai 8 – 14,4
- b) Kategori tidak baik dengan interval nilai >14,4 – 20,8
- c) Kategori cukup baik dengan interval nilai >20,8 – 27,2
- d) Kategori baik dengan interval nilai >27,2– 33,7
- e) Kategori sangat baik dengan interval nilai >33,7 – 40

Berdasarkan kategori diatas, berikut disajikan tabel kategori kualitas produk Samsung Galaxy Series J yaitu :

Tabel 3.14
Kategorisasi Variabel Kualitas Produk

| No. | Skor | Kategori | Jumlah (orang) | Persentase |
|---------------|--------------|-------------------|----------------|------------|
| 1. | >33,7 – 40 | Sangat Baik | 11 | 11 |
| 2. | >27,2 – 33,7 | Baik | 36 | 36 |
| 3. | >20,8 – 27,2 | Cukup Baik | 53 | 53 |
| 4. | >14,4 – 20,8 | Tidak Baik | - | - |
| 5. | 8 – 14,4 | Sangat Tidak Baik | - | - |
| Jumlah | | | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.14 di atas, mayoritas responden mengkategorisasikan kualitas produk Samsung Galaxy Seri J ke dalam kategori sangat baik (11%) , baik (36%) dan cukup baik (53%). Hal ini dikarenakan Samsung Galaxy Seri J mampu menunjukkan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu menciptakan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan jaman dan memperbaiki kualitas produknya yang semakin baik dan canggih seperti sistem operasi yang diberikan semakin baik yang membuat tampilan pada layar *smartphone* semakin menarik, penambahan fitur yang semakin canggih dan desain yang mampu memberikan kesan mewah saat digunakan.

3.2.1.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai kualitas produk ini difungsikan sebagai tanggapan responden menyatakan bahwa kualitas produk Samsung Galaxy Series J baik guna menghitung nilai rata-rata per item pertanyaan penelitian sebelumnya. Adapun jumlah frekuensi dibawah rata – rata dan di atas rata – rata untuk mengetahui seberapa banyak variaasi jawaban

responden terhadap pertanyaan. Rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.15
Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

| Pertanyaan | Jumlah Responden | Kategori | | | | | Skor Total | Mean |
|---------------------------|------------------|----------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| P1 | 100 | 0 | 4 | 35 | 43 | 18 | 375 | 3,75 |
| P2 | 100 | 0 | 0 | 13 | 62 | 25 | 412 | 4,12 |
| P3 | 100 | 0 | 20 | 55 | 21 | 4 | 309 | 3,09 |
| P4 | 100 | 0 | 0 | 18 | 67 | 15 | 397 | 3,97 |
| P5 | 100 | 0 | 0 | 47 | 42 | 11 | 364 | 3,64 |
| P6 | 100 | 0 | 18 | 61 | 21 | 0 | 303 | 3,03 |
| P7 | 100 | 0 | 44 | 52 | 4 | 0 | 260 | 2,60 |
| P8 | 100 | 0 | 1 | 59 | 40 | 0 | 339 | 3,39 |
| Mean Skor Variabel | | | | | | | | 3,44 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Keterangan :

- P1. Samsung Galaxy Series J Memiliki Kinerja atau sistem operasi yang berkualitas tinggi
- P2. Daya tahan baterai Samsung Galaxy Series J yang tahan lama
- P3. Spesifikasi Samsung Galaxy Series J sesuai dengan yang ditawarkan
- P4. Fitur-fitur Samsung Galaxy Series J lengkap
- P5. Fitur Samsung Galaxy Series J mudah digunakan
- P6. Samsung Galaxy Series J memiliki desain yang menarik
- P7. Samsung Galaxy Series J memiliki desain yang berbeda dengan merek lainnya
- P8. Kemudahan mencari service center Samsung

Berdasarkan Tabel 3.14 dapat diketahui rata-rata skor kualitas produk adalah 3,45. Item dengan nilai rata-rata tertinggi di atas nilai rata-rata skor variabel adalah Item P1 mengenai Samsung Galaxy Seri J memiliki kinerja berkualitas tinggi dengan nilai rata-rata 3,75. Item P2 mengenai daya tahan baterai Samsung Galaxy Seri J dengan nilai rata-rata 4,12. Item P4 mengenai fitur Samsung Galaxy Seri J yang lengkap dan tem P5 mengenai fitur Samsung Galaxy Seri J mudah digunakan.

Item pertanyaan dengan nilai rata-rata dibawah nilai rata rata skor variabel adalah item pertanyaan P3 mengenai mengenai spesifikasi Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan yang ditawarkan dengan nilai rata-rata 3,09. Hal ini dikarenakan beberapa responden merasa bahwa masih terdapat kekurangan pada *smartphone* yang digunakan masih sering mengalami respon lambat. Sedangkan item P6 mengenai Samsung Galaxy Seri J memiliki desain menarik dengan nilai rata-rata 3,03. Beberapa responden berpendapat bahwa desain dari Samsung Galaxy Seri J masih ada yang terbuat dari bahan plastik sehingga mudah pecah apabila *smartphone* terjatuh. Item P7 mengenai desain Samsung Galaxy Seri J berbeda dengan merek lainnya dengan nilai rata-rata 2,60 hal ini dikarenakan desain Samsung Galaxy Seri J hampir sama dengan merek lainnya. Dan Item P8 mengenai kemudahan mencari *service center* Samsung, beberapa responden berpendapat bahwa *samsung center* yang disediakan cukup jauh dari tempat tinggal responden.

3.2.2 Persepsi Responden Terhadap Citra Merek

Citra merek yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan tingkat persepsi pengguna Samsung Galaxy Seri J di Kota Semarang terhadap merek dari *smartphone* itu sendiri. Berikut ini akan disajikan interpretasi data mengenai citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk terhadap Samsung Galaxy Seri J. Adapun indikator-indikator untuk mengukur variabel citra merek antara lain :

3.2.2.1 Samsung Merupakan Perusahaan Dengan Reputasi Yang Baik

Reputasi perusahaan yakni sekumpulan citra dan identitas yang dibentuk perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Baik buruknya nama baik

perusahaan dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu konsumen, rekomendasi seseorang, pemberitaan media mengenai perusahaan, dan *public relations* yang dimiliki perusahaan. Karena nama baik perusahaan merupakan konsep yang berhubungan dengan citra perusahaan dan penilaian dari pihak luar terhadap kualitas suatu perusahaan yang berasal dari kinerja perusahaan. Adapun tanggapan mengenai perusahaan dengan reputasi yang baik dapat dilihat dalam tabel 3.16 berikut ini :

Tabel 3.16
Samsung Merupakan Perusahaan Dengan Reputasi Yang Baik

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|-------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat baik | 33 | 33 |
| 2 | Baik | 60 | 60 |
| 3 | Cukup baik | 7 | 7 |
| 4 | Kurang baik | 0 | 0 |
| 5 | Tidak baik | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.16 di atas dapat diketahui bahwa 33% responden menyatakan sangat baik, 64% responden menyatakan baik, serta 7% responden menyatakan cukup baik. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat baik dan baik berpendapat bahwa Samsung Galaxy Seri J dinilai mampu menghadirkan teknologi yang sesuai dengan perkembangan jaman, melakukan perbaruan-perbaruan pada fiturnya di setiap seri yang akan diluncurkannya dan dikenal produk yang unggul sehingga Samsung dikenal oleh responden melalui produk yang diciptakannya. Sedangkan responden yang beralasan cukup baik karena perusahaan ini telah mempunyai saingan yang lebih unggul yaitu Apple.

3.2.2.2 Bangga Menggunakan Samsung Galaxy Series J

Bangga merupakan rasa kepuasan diri sendiri pada apa yang dimiliki oleh seseorang. Konsumen ketika menggunakan sebuah produk yang dirasa dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan keinginannya maka konsumen merasa akan puas pada produk tersebut. Adapun tanggapan dari responden mengenai bangga menggunakan Samsung Galaxy Series J dapat dilihat dari tabel 3.17 di bawah berikut ini :

Tabel 3.17
Bangga Menggunakan Samsung Galaxy Series J

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat bangga | 13 | 13 |
| 2 | Bangga | 57 | 57 |
| 3 | Cukup bangga | 30 | 30 |
| 4 | Kurang bangga | 0 | 0 |
| 5 | Tidak bangga | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.17 diatas dapat diketahui bahwa 13% responden menyatakan sangat bangga menggunakan Samsung Galaxy Series J, 57% responden menyatakan bangga menggunakan Samsung Galaxy Series J, serta 30% responden menyatakan cukup bangga menggunakan Samsung Galaxy Series J. Berdasarkan data tersebut, responden yang menjawab sangat bangga dan bangga beralasan bahwa responden mempercayai produk Samsung Galaxy Seri J karena keunggulannya yang ditawarkan, Samsung Galaxy Seri J merupakan produk dari perusahaan yang telah dikenal banyak orang di dunia. Sedangkan responden yang menyatakan cukup bangga beralasan bahwa terdapat *smartphone* merek lain (Apple) yang memiliki *prestige* tinggi dibandingkan dengan Samsung Galaxy Seri J.

3.2.2.3 Samsung Galaxy Seri J Merupakan Produk Yang Berkualitas Tinggi

Produk yang berkualitas tinggi yakni produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga ketika menggunakan produk tersebut konsumen merasa puas. Persepsi responden mengenai Samsung Galaxy Seri J merupakan produk yang berkualitas tinggi dapat dilihat dari spesifikasi yang ditawarkan, citra perusahaan yang terkenal dengan produk unggulannya, kesetiaan konsumen dalam menggunakan *smartphone* merek Samsung karena produknya mampu bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama. Adapun tanggapan responden dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3.18
Samsung Galaxy Seri J Produk Yang Berkualitas Tinggi

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat berkualitas tinggi | 7 | 7 |
| 2 | Berkualitas tinggi | 58 | 58 |
| 3 | Cukup berkualitas tinggi | 35 | 35 |
| 4 | Kurang berkualitas tinggi | 0 | 0 |
| 5 | Tidak berkualitas tinggi | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.18 dapat diketahui bahwa 7% responden menyatakan bahwa Samsung Galaxy Series J merupakan produk yang sangat berkualitas tinggi, 58% responden menyatakan berkualitas tinggi, dan 35% responden yang menyatakan cukup berkualitas tinggi. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat berkualitas tinggi dan berkualitas tinggi beralasan bahwa Samsung Galaxy Seri J yang ditawarkan mempunyai spesifikasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, produk yang dikeluarkan dari Samsung dapat bertahan dengan jangka waktu yang cukup lama (awet). Responden yang menyatakan cukup berkualitas tinggi berpendapat bahwa

spesifikasi yang ditawarkan masih kurang sesuai karena banyak *smartphone* merek lain yang berbasis android (Oppo, Xiaomi) yang lebih unggul.

3.2.2.4 Kategorisasi Untuk Variabel Citra Merek

Berdasarkan data – data diatas penilaian yang ingin diperoleh berikutnya adalah persepsi responden mengenai citra merek secara umum. Mengenai persepsi responden terhadap citra merek secara umum idealnya citra merek yang diperhatikan oleh konsumen meliputi citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk.. Berikut ini disajikan penyusunan tabel distribusi frekuensi nilai variabel citra merek dari 100 responden. Tahap yang dilakukan adalah menentukan besarnya interval kelas dengan menggunakan teknik belah rank, dengan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R= Rentang, yaitu nilai kumulatif tertinggi dikurangi dengan nilai kumulatif rendah

K = Jumlah Interval Kelas

Dalam penelitian ini, variabel citra merek terdiri dari 3 pertanyaan (indikator) berskala likert, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1-5, dengan kategori :

Skor 1 : sangat tidak baik

Skor 2 : tidak baik

Skor 3 : cukup baik

Skor 4 : baik

Skor 5 : sangat baik

Kemudian dari skor masing - masing item pertanyaan dijumlahkan untuk mendapatkan akumulasi skor. Berdasarkan tabel frekuensi pada keseluruhan total

indikator variabel kualitas produk, memiliki skor terendah sampai dengan yang tertinggi yaitu 3 – 15. Dengan memperhatikan lebar interval (I) selanjutnya skor kumulatif diklasifikasikan dalam lima kategori berikut ini yaitu :

$$I = \frac{(3 \times 5) - (3 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{(15 - 3)}{5} = 12/5 = 2,4$$

Dengan demikian kategorinya kualitas produk sebagai berikut :

- a) Kategori sangat tidak baik dengan interval nilai 3 – 5,4
- b) Kategori tidak baik dengan interval nilai >5,4 – 7,8
- c) Kategori cukup baik dengan interval nilai >7,8 – 10,2
- d) Kategori baik dengan interval nilai >10,2 – 12,6
- e) Kategori sangat baik dengan interval nilai >12,6 – 15

Berdasarkan kategori diatas, berikut disajikan tabel kategori kualitas produk

Samsung Galaxy Series J yaitu :

Tabel 3.19
Kategorisasi Variabel Citra Merek

| No. | Skor | Kategori | Jumlah (orang) | Persentase |
|---------------|--------------|-------------------|----------------|------------|
| 1. | >12,6 – 15 | Sangat Baik | 31 | 31 |
| 2. | >10,2 – 12,6 | Baik | 47 | 47 |
| 3. | >7,8 – 10,2 | Cukup Baik | 22 | 22 |
| 4. | >5,4 – 7,8 | Tidak Baik | - | - |
| 5. | 3 – 5,4 | Sangat Tidak Baik | - | - |
| Jumlah | | | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.19 di atas, responden mengkategorisasikan citra merek Samsung Galaxy Seri J ke dalam kategori sangat baik (31%), sebanyak (47%) responden mengkategorisasikan bahwa citra merek Samsung Galaxy Seri J

baik, dan responden yang menyatakan cukup baik dengan jumlah 22 orang (22%). Hal ini dikarenakan responden mempunyai kesan yang baik terhadap citra merek perusahaan Samsung melalui keunggulan produk yang diciptakannya. Selain itu, responden merasa percaya dengan citra merek Samsung Galaxy Seri J karena merek tersebut sudah terkenal di dunia dan di benak konsumen.

3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya dalam bentuk tabel kategorisasi persepsi responden dominan mengatakan bahwa citra merek (*brand image*) Samsung Galaxy Series J baik, guna menghitung rata – rata item pertanyaan. Rekapitulasi ini difungsikan sebagai proyeksi responden tentang persepsinya pada indikator variabel citra merek manakah yang memiliki jumlah frekuensi dibawah dan diatas rata-rata. Hasil rekapitulasi jawaban dapat dijadikan dasar bagi peneliti di dalam memberikan saran yang tepat sesuai dengan aspek – aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3.20
Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek

| Pertanyaan | Jumlah Responden | Kategori | | | | | Skor Total | Mean |
|---------------------------|------------------|----------|---|----|----|----|------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| P9 | 100 | 0 | 0 | 7 | 60 | 33 | 426 | 4,26 |
| P10 | 100 | 0 | 0 | 30 | 57 | 13 | 383 | 3,83 |
| P11 | 100 | 0 | 0 | 35 | 58 | 7 | 372 | 3,72 |
| Mean Skor Variabel | | | | | | | | 3,94 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Keterangan :

- P9 : Samsung Galaxy Seri J perusahaan dengan reputasi yang baik
- P10 : Bangga Menggunakan Samsung Galaxy Series J
- P11 : Produk Samsung Galaxy Series J adalah produk yang berkualitas tinggi

Berdasarkan tabel 3.20 diatas diketahui bahwa nilai rata – rata skor variabel citra merek dengan jumlah 3,94 pada kategori baik. Nilai rata – rata ini digunakan sebagai alat ukur peneliti melihat jawaban responden yang masih berada di atas rata – rata maupun dibawah rata – rata. Konsumen Samsung Galaxy Series J merasa bahwa produk *smartphone* tersebut lebih mempunyai keunggulan dan manfaat bagi konsumen. Adapun nilai rata – rata variabel citra merek dijabarkan lagi ke dalam nilai rata – rata sub variabel sehingga dapat diketahui setiap pertanyaan yang memiliki nilai di atas rata – rata dan di bawah rata- rata.

Indikator yang berada di atas nilai rata – rata adalah Samsung Galaxy Series J merupakan perusahaan dengan reputasi yang baik dengan rata – rata 4,26 karena perusahaan Samsung *Electronics* yang sudah terkenal di dunia dengan produk unggulannya sehingga konsumen beranggapan bahwa hasil produksi dari perusahaan tersebut merupakan produk yang berkualitas. Dan sub variabel yang berada di atas rata – rata adalah bangga menggunakan Samsung Galaxy Series J dengan rata – rata 3,83. Sedangkan sub variabel mengenai Samsung Galaxy Seri J merupakan produk yang berkualitas tinggi berada di bawah rata-rata karena kualitasnya yang ditawarkan masih ada yang lebih unggul dari *smartphone* merek lainnya dengan nilai rata-rata 3,72.

3.2.3 Persepsi Responden Terhadap Harga

3.2.3.1 Harga Samsung Galaxy seri J Terjangkau

Harga terjangkau yakni harga yang ditawarkan diharapkan dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat. Keterjangkauan harga produk merupakan salah satu pertimbangan yang sangat mempengaruhi konsumen ketika akan melakukan

pembelian. Adapun tanggapan mengenai keterjangkauan harga Samsung Galaxy Seri J dapat dilihat dalam tabel 3.21 berikut ini :

Tabel 3.21
Harga Samsung Galaxy Series J yang Terjangkau

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|-------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat Terjangkau | 15 | 15 |
| 2 | Terjangkau | 73 | 73 |
| 3 | Cukup terjangkau | 12 | 12 |
| 4 | Kurang terjangkau | 0 | 0 |
| 5 | Tidak terjangkau | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.21 di atas dapat diketahui bahwa 15% responden mengenai harga Samsung Galaxy Seri J menyatakan sangat terjangkau, sebanyak 73% responden menyatakan harga yang ditawarkan Samsung Galaxy Seri J terjangkau, dan 12% responden menyatakan cukup terjangkau. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat terjangkau dan terjangkau berpendapat bahwa harga Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kemampuan daya beli responden, dan harga yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi yang dimiliki pada setiap tipe. Sedangkan responden yang menyatakan cukup terjangkau beralasan bahwa harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan merek lainnya.

3.2.3.2 Harga Samsung Galaxy Seri J Yang Ditawarkan Sesuai Dengan

Kualitasnya

Harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan akan lebih menarik konsumen, karena konsumen akan merasa memperoleh manfaat dari suatu produk yang telah dibeli dan konsumen tidak merasa dirugikan ketika membeli suatu

produk. Adapun tanggapan mengenai perusahaan dengan reputasi yang baik dapat dilihat dalam tabel 3.22 berikut ini :

Tabel 3.22
Harga Samsung Galaxy Series J Sesuai Dengan Kualitas

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat sesuai | 6 | 6 |
| 2 | Sesuai | 45 | 45 |
| 3 | Cukup sesuai | 49 | 49 |
| 4 | Kurang sesuai | 0 | 0 |
| 5 | Tidak sesuai | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.22 di atas dapat diketahui bahwa 6% responden menyatakan harga Samsung Galaxy Seri J sangat sesuai dengan kualitasnya, sebanyak 45% responden menyatakan sesuai, dan 49% responden menyatakan cukup sesuai. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat sesuai dan sesuai berpendapat bahwa responden yang menggunakan Samsung Galaxy Seri J memperoleh manfaat yang diberikan dari produk tersebut, sehingga responden merasa tidak rugi untuk membelinya. Sedangkan responden yang menyatakan cukup sesuai dan kurang sesuai beralasan karena adanya *smartphone* lainnya (Oppo, Xiaomi) yang menawarkan dengan harga sama namun memiliki spesifikasi yang lebih unggul.

3.2. 3.3 Harga Samsung Galaxy seri J Sesuai Jika Dibandingkan Dengan

Merek Lainnya

Harga yang sesuai merupakan manfaat yang dapat diperoleh untuk konsumen sebanding ketika melakukan pembelian sehingga konsumen merasa tidak dirugikan. Adapun tanggapan mengenai perusahaan dengan reputasi yang baik dapat dilihat dalam tabel 3.23 berikut ini :

Tabel 3.23
Harga Samsung Galaxy Seri J Sesuai Jika Dibandingkan Dengan Merek Lainnya

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat sesuai | 0 | 0 |
| 2 | Sesuai | 32 | 32 |
| 3 | Cukup sesuai | 31 | 31 |
| 4 | Kurang sesuai | 37 | 37 |
| 5 | Tidak sesuai | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.23 di atas dapat diketahui bahwa 32% responden menyatakan harga Samsung Galaxy Seri J sesuai jika dibandingkan dengan merek lainnya, sebanyak 31% responden menyatakan cukup sesuai, dan 37% responden menyatakan kurang sesuai. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat sesuai dan sesuai berpendapat bahwa harga yang dibeli tidak mengecewakan konsumen karena kualitas yang ditawarkan lebih terjamin dibandingkan merek lainnya. Sedangkan responden yang menyatakan cukup sesuai dan kurang sesuai beralasan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diberikan namun ada beberapa responden yang menyatakan bahwa banyaknya *smartphone* merek lainnya (Oppo, Xiamoi) yang menawarkan harga lebih murah dan spesifikasi yang ditawarkan juga lebih unggul jika dibandingkan Samsung Galaxy Seri J.

3.2.3.4 Kategorisasi Untuk Variabel Harga

Berdasarkan data – data diatas penilaian yang ingin diperoleh berikutnya mengenai persepsi responden terhadap harga. Penilaian ini yang diperhatikan oleh konsumen meliputi harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas, serta harga yang sesuai jika dibandingkan dengan merek lainnya. Berikut ini disajikan penyusunan tabel distribusi frekuensi nilai variabel kualitas produk dari

100 responden Tahap yang dilakukan adalah menentukan besarnya interval kelas dengan menggunakan teknik belah rank, dengan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai kumulatif tertinggi dikurangi dengan nilai kumulatif rendah

K = Jumlah Interval Kelas

Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk terdiri dari 5 pertanyaan (indikator) berskala likert, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1-5, dengan kategori :

Skor 1 : sangat tidak sesuai

Skor 2 : tidak sesuai

Skor 3 : cukup sesuai

Skor 4 : sesuai

Skor 5 : sangat sesuai

Kemudian dari skor masing - masing item pertanyaan dijumlahkan untuk mendapatkan akumulasi skor. Berdasarkan tabel frekuensi pada keseluruhan total indikator variabel kualitas produk, memiliki skor terendah sampai dengan yang tertinggi yaitu 3 – 15. Dengan memperhatikan lebar interval (I) selanjutnya skor kumulatif diklasifikasikan dalam lima kategori berikut ini yaitu :

$$I = \frac{(3 \times 5) - (3 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{(15 - 3)}{5} = 12/5 = 2,4$$

Dengan demikian kategorinya kualitas produk sebagai berikut :

- a) Kategori sangat tidak baik dengan interval nilai 3 – 5,4

- b) Kategori tidak baik dengan interval nilai $>5,4 - 7,8$
- c) Kategori cukup baik dengan interval nilai $>7,8 - 10,2$
- d) Kategori baik dengan interval nilai $>10,2 - 12,6$
- e) Kategori sangat baik dengan interval nilai $>12,6 - 15$

Berdasarkan kategori diatas, berikut disajikan tabel kategori kualitas produk Samsung Galaxy Series J yaitu :

Tabel 3.24
Kategorisasi Variabel Harga

| No. | Skor | Kategori | Jumlah (orang) | Persentase |
|---------------|----------------|---------------------|----------------|-------------|
| 1. | $>12,6 - 15$ | Sangat sesuai | 14 | 14 |
| 2. | $>10,2 - 12,6$ | Sesuai | 32 | 32 |
| 3. | $>7,8 - 10,2$ | Cukup sesuai | 54 | 54 |
| 4. | $>5,4 - 7,8$ | Tidak sesuai | - | - |
| 5. | $3 - 5,4$ | Sangat tidak sesuai | - | - |
| Jumlah | | | 100 | 100% |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.24 di atas, responden mengkategorisasikan harga ke dalam kategori sangat sesuai (14%). Lalu sesuai sebanyak (32%) dan cukup sesuai sebanyak (54%). Hal ini dikarenakan konsumen merasa tidak kecewa dengan harga yang ditawarkan oleh Samsung Galaxy Seri J, karena kualitas yang diberikan terjamin dan konsumen menilai bahwa harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan harga *smartphone* merek lainnya (Oppo, Xiaomi). Sedangkan responden yang menyatakan cukup sesuai berpendapat bahwa harga Samsung Galaxy Seri J masih tergolong mahal apabila dinilai dari spesifikasi yang ditawarkan kurang memenuhi.

3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya dalam bentuk tabel kategorisasi persepsi responden dominan mengatakan bahwa harga Samsung Galaxy Series J sesuai, guna menghitung rata – rata item pertanyaan. Rekapitulasi ini difungsikan sebagai proyeksi responden tentang persepsinya pada indikator variabel harga manakah yang memiliki jumlah frekuensi dibawah dan diatas rata-rata. Hasil rekapitulasi jawaban dapat dijadikan dasar bagi peneliti di dalam memberikan saran yang tepat sesuai dengan aspek – aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3.25
Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Harga

| Pertanyaan | Jumlah Responden | Kategori | | | | | Skor Total | Mean |
|---------------------------|------------------|----------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| P12 | 100 | 0 | 0 | 12 | 73 | 15 | 403 | 4,03 |
| P13 | 100 | 0 | 0 | 49 | 45 | 6 | 357 | 3,57 |
| P14 | 100 | 0 | 37 | 31 | 32 | 0 | 295 | 2,95 |
| Mean Skor Variabel | | | | | | | | 3,52 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Keterangan :

- P12 : Harga Samsung Galaxy seri j terjangkau
- P13 : Harga Samsung Galaxy seri j sesuai dengan kualitasnya
- P14 : Harga Samsung Galaxy seri j sesuai jika dibandingkan dengan merek lainnya

Berdasarkan Tabel 3.25 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel harga adalah 3,52 . Item pertanyaan dengan nilai rata-rata tertinggi di atas nilai rata-rata skor variabel adalah Item P12 mengenai harga Samsung Galaxy Seri J terjangkau. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kemampuan daya beli responden serta harga yang bervariasi yang

sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan, sehingga memudahkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Dan Item P13 mengenai harga Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kualitasnya dengan nilai rata-rata 3,57, karena Samsung Galaxy Seri J terjamin kualitasnya dengan harga yang ditawarkan serta konsumen memperoleh manfaat yang diberikan dari Samsung Galaxy Seri J tersebut.

Item pernyataan dengan nilai rata-rata dibawah nilai rata-rata skor variabel adalah item P14 yakni harga Samsung Galaxy Seri J sesuai jika dibandingkan dengan merek lainnya dengan nilai rata-rata 2,95. Hal ini dikarenakan beberapa responden menilai harga yang diberikan Samsung Galaxy Seri J kurang sesuai dibandingkan dengan *smartphone* lainnya yang memberikan harga lebih murah.

3.2.4 Persepsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian

3.2.4.1 Samsung Galaxy Seri J Sesuai Dengan Kebutuhan

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang muncul secara naluriah dan harus terpenuhi. Dalam hal ini konsumen sebelum melakukan pembelian dimulai ketika mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan konsumen dalam membeli produk Samsung Galaxy Series J digunakan untuk berkomunikasi, menunjang kegiatan sehari-hari. Beberapa konsumen untuk mengetahui kapasitas masing – masing produk dan menyesuaikannya dengan kebutuhan konsumen. Adapun tanggapan responden dalam menanggapi indikator mengenai Samsung Galaxy Series J memenuhi kebutuhan untuk berkomunikasi dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.26
Samsung Galaxy Series J Sesuai Dengan Kebutuhan

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat sesuai | 8 | 8 |
| 2 | Sesuai | 67 | 67 |
| 3 | Cukup sesuai | 25 | 2 |
| 4 | Kurang sesuai | 0 | 0 |
| 5 | Tidak sesuai | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.26 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan Samsung Galaxy Series J sesuai dengan kebutuhan berjumlah 8 orang, sebanyak 67 orang menyatakan sesuai, dan sebanyak 25 orang menyatakan cukup sesuai. Berdasarkan data tersebut responden yang menyatakan sangat sesuai dan sesuai berpendapat bahwa Samsung Galaxy Seri J dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tipe yang ditawarkan Samsung Galaxy Seri J yang berbeda beda sehingga konsumen dapat memilih yang sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan responden yang menyatakan cukup sesuai beralasan bahwa Samsung Galaxy Seri J masih kurang untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan konsumen.

3.2.4.2 Informasi Mengenai Samsung Galaxy Seri J Mudah Dicari

Informasi yakni pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman orang lain atau didapatkan dari belajar. Dalam proses pengambilan keputusan ini biasanya konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Konsumen mulai aktif mencari informasi dengan mencari sumber informasi dari keluarga, teman, media sosial atau mendatangi store untuk mencari tahu informasi dari Samsung Galaxy Series J. Adapun tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 3.27 berikut ini :

Tabel 3.27
Informasi Mengenai Samsung Galaxy Series J Mudah Dicari

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat mudah dicari | 17 | 17 |
| 2 | Mudah dicari | 69 | 69 |
| 3 | Cukup mudah dicari | 14 | 14 |
| 4 | Kurang mudah dicari | 0 | 0 |
| 5 | Tidak mudah dicari | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.27 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan informasi mengenai Samsung Galaxy Series J mudah dicari dengan jumlah 17 orang, responden yang menyatakan mudah dicari dengan jumlah 69 orang, dan sebanyak 14 orang menyatakan cukup mudah dicari. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat mudah dicari dan mudah dicari berpendapat bahwa sumber informasi mengenai Samsung Galaxy Seri J dapat dilihat dari iklan yang dipromosikan, *browsing* di internet dan dapat mengunjungi *store* Samsung dan menanyakan pada *sales promotion* nya langsung. Sedangkan responden yang menyatakan cukup mudah dicari beralasan bahwa masih kurang puas dengan informasi yang didapatkannya karena mendapatkan informasi hanya berasal dari teman maupun keluarga yang menggunakan Samsung Galaxy Seri J.

3.2.4.3 Informasi Mengenai Samsung Galaxy Seri J Membantu Saya

Membeli Produk

Melalui informasi yang didapatkan akan cukup membantu konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya. Dikarenakan konsumen menyakini bahwa yang memberi informasi tersebut adalah orang yang mempunyai pengalaman dalam menggunakan produk Samsung Galaxy Seri J atau orang yang

menjual Samsung Galaxy Seri J sehingga informasi yang didapatkan lebih jelas.

Adapun tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 3.28 berikut ini :

Tabel 3.28
Informasi Mengenai Samsung Galaxy Series J Membantu Saya Membeli Produk

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|-----------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat membantu | 17 | 17 |
| 2 | Membantu | 62 | 62 |
| 3 | Cukup membantu | 21 | 21 |
| 4 | Kurang membantu | 0 | 0 |
| 5 | Tidak membantu | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.28 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan informasi mengenai Samsung Galaxy Series J sangat membantu saya membeli produk dengan jumlah 17 orang, responden yang menyatakan membantu berjumlah 62 orang, sedangkan 21 orang menyatakan cukup membantu. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat membantu dan membantu berpendapat bahwa konsumen merasa puas dengan informasi yang didupatkannya sehingga memutuskan untuk membeli. Sedangkan responden yang menyatakan cukup membantu beralasan bahwa informasi yang didapatkan masih kurang jelas.

3.2.4.4 Penilaian alternatif, Samsung Galaxy Seri J Dinilai Baik

Dibandingkan Dengan Produk Lainnya

Penelitian alternatif yakni mempertimbangkan produk dengan produk lainnya untuk dijadikan pilihan ketika melakukan keputusan pembelian. Dalam hal ini Samsung Galaxy Seri J dinilai produk yang paling baik dibandingkan dengan produk lainnya. Adapun tanggapan dari responden dapat dilihat pada tabel 3.29 berikut ini :

Tabel 3.29
Samsung Galaxy Series J Dinilai Baik Dibandingkan Dengan Produk Lainnya

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|-------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat Baik | 7 | 7 |
| 2 | Baik | 51 | 51 |
| 3 | Cukup baik | 30 | 30 |
| 4 | Kurang baik | 12 | 12 |
| 5 | Tidak baik | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.29 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan Samsung Galaxy Series J dinilai sangat baik dibandingkan dengan produk lainnya dengan jumlah 7 orang, responden menyatakan baik dengan jumlah 51 orang, sebanyak 30 orang menyatakan cukup baik, sedangkan 12 orang menyatakan kurang baik. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat baik, baik, dan cukup baik berpendapat bahwa Samsung Galaxy Seri J memiliki kualitas yang unggul dan lebih terjamin karena responden yang menggunakan Samsung Galaxy Seri J tidak mudah rusak dan mampu dipakai dalam jangka waktu yang cukup lama jika dibandingkan dengan merek lainnya. Sedangkan responden yang menyatakan kurang baik beralasan bahwa banyaknya *smartphone* lainnya yang menawarkan spesifikasinya lebih unggul dibandingkan dengan Samsung Galaxy Seri J.

3.2.4.5 Keputusan Pembelian, Yakin Dengan Samsung Galaxy Seri J

Sehingga Melakukan Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Konsumen membutuhkan pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian sehingga keinginan konsumen dalam membeli dan

menggunakan produk Samsung Galaxy Series J dapat terpenuhi. Adapun tanggapan dari responden mengenai yakin dengan Samsung Galaxy Series J dapat dilihat pada tabel 3.30 berikut ini :

Tabel 3.30
Yakin Dengan Samsung Galaxy Seri J Sehingga Melakukan Keputusan Pembelian

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat yakin | 10 | 10 |
| 2 | Yakin | 46 | 46 |
| 3 | Cukup yakin | 39 | 39 |
| 4 | Kurang yakin | 5 | 5 |
| 5 | Tidak yakin | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.30 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan sangat yakin dengan jumlah 10 orang, responden yang menyatakan yakin dengan jumlah 46 orang, sebanyak 39 orang menyatakan cukup yakin, dan responden yang menyatakan kurang yakin berjumlah 5 orang. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat yakin dan yakin berpendapat bahwa Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan beberapa responden berpendapat karena konsumen telah menggunakan produk dari Samsung sebelumnya sehingga konsumen merasa nyaman dengan merek produk yang sama. Sedangkan responden yang menyatakan cukup yakin dan kurang yakin beralasan bahwa konsumen masih membandingkan dengan merek lainnya yang menawarkan spesifikasi lebih nggul dibandingkan Samsung Galaxy Seri J.

3.2.4.6 Yakin Mengenai Keunggulan Samsung Galaxy Seri J sehingga

Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian

Keunggulan merupakan karakteristik yang dimiliki pada setiap produk untuk membedakan dengan produk lainnya. Persepsi responden mengenai

keunggulan Samsung Galaxy Seri J dilihat dari atribut yang ditawarkan. Adapun tanggapan dari responden mengenai yakin dengan Samsung Galaxy Series J dapat dilihat pada tabel 3.31 berikut ini :

Tabel 3.31
Yakin Mengenai Keunggulan Samsung Galaxy Seri J Sehingga Melakukan Keputusan Pembelian

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat yakin | 12 | 12 |
| 2 | Yakin | 52 | 52 |
| 3 | Cukup yakin | 36 | 36 |
| 4 | Kurang yakin | 0 | 0 |
| 5 | Tidak yakin | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.31 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan sangat yakin mengenai keunggulan Samsung Galaxy Series J sehingga melakukan pembelian berjumlah 12 orang, sedangkan sebanyak 52 orang menyatakan yakin, dan sebanyak 36 orang menyatakan cukup yakin mengenai keunggulan Samsung Galaxy Seri J sehingga melakukan pembelian. Berdasarkan data tersebut, responden yang menyatakan sangat yakin dan yakin beralasan karena beberapa responden telah menggunakan *smartphone* Samsung sebelumnya, sehingga responden tidak meragukan lagi dengan keunggulan Samsung Galaxy Seri J. sedangkan responden yang menyatakan cukup yakin berpendapat bahwa keunggulan yang dimiliki Samsung Galaxy Seri J kurang berbeda dengan merek lainnya.

3.2.4.7 Keinginan Merekomendasikan Produk Samsung Galaxy Seri J

Kepada Orang Lain

Rekomendasi kepada orang lain yakni berupa komunikasi tentang produk dan jasa antara orang-orang yang dianggap independen dari perusahaan yang

menyediakan produk atau jasa, dalam medium yang akan dianggap independen dari perusahaan. Komunikasi ini bisa saja berupa percakapan, atau hanya satu arah testimonial. Kemauan merekomendasikan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan dapat mencerminkan kepuasan atas pengalaman pribadi menggunakan Samsung Galaxy Seri J. Adapun tanggapan dari responden dapat dilihat pada tabel 3.32 berikut ini :

Tabel 3.32
Keinginan Merekomendasikan Samsung Galaxy Series J Kepada Orang Lain

| No | Tanggapan | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat ingin | 10 | 10 |
| 2 | Ingin | 52 | 52 |
| 3 | Cukup ingin | 38 | 38 |
| 4 | Kurang ingin | 0 | 0 |
| 5 | Tidak ingin | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.32 diatas dapat diketahui bahwa responden menyatakan sangat ingin untuk merekomendasikan Samsung Galaxy Seri J kepada orang lain dengan jumlah 10 orang, responden yang menyatakan ingin merekomendasikan berjumlah 52 orang, dan sebanyak 38 orang menyatakan cukup ingin. Berdasarkan data tersebut responden yang menyatakan sangat ingin dan ingin berpendapat bahwa karena keunggulan dan kualitas Samsung Galaxy Seri J yang dinilai lebih baik dibanding dengan merek *smartphone* lainnya yang berbasis Android mereka tidak ragu untuk merekomendasikan kepada orang lain. Namun responden yang memilih cukup ingin dan tidak ingin berpendapat bahwa mereka kurang tertarik untuk merekomendasikan Samsung Galaxy Seri J kepada orang lain.

3.2.4.8 Kategorisasi Untuk Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan data yang sudah diolah melalui indikator keputusan pembelian telah diketahui, berikut ini disajikan penyusunan tabel distribusi frekuensi nilai variabel keputusan pembelian 100 responden. Tahap yang dilakukan adalah menentukan besarnya interval kelas dengan menggunakan teknik belah rank, dengan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Dalam penelitian ini, variabel keputusan pembelian terdiri dari 7 pertanyaan (indikator) berskala likert, jawaban dari setiap item pertanyaan memiliki jenjang skor 1-5, dengan kategori :

Skor 1 : sangat tidak baik

Skor 2 : tidak baik

Skor 3 : cukup baik

Skor 4 : baik

Skor 5 : sangat baik

Kemudian dari skor masing-masing item pertanyaan dijumlahkan untuk mendapatkan akumulasi skor. Berdasarkan tabel frekuensi pada keseluruhan total indikator variabel keputusan pembelian memiliki skor terendah sampai dengan yang tertinggi yaitu 7 – 35. dengan memperhatikan lebar interval (I) selanjutnya skor kumulatif diklasifikasikan dalam lima kategori:

$$I = \frac{(7 \times 5) - (7 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{(35 - 7)}{5} = 28 / 5 = 5,6$$

Dengan demikian kategorinya keputusan pembelian sebagai berikut :

- a. Kategori sangat tidak baik dengan interval nilai 7 – 12,6

- b. Kategori tidak baik dengan interval nilai $>12,6 - 18,2$
- c. Kategori cukup baik dengan interval nilai $>18,2 - 23,8$
- d. Kategori baik dengan interval nilai $>23,8 - 29,4$
- e. Kategori sangat baik dengan interval nilai $>29,4 - 35$

Tabel 3.33
Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian

| No. | Skor | Kategori | Jumlah (orang) | Persentase |
|---------------|-------------|---------------|----------------|------------|
| 1. | 29,4 – 35 | Sangat Tinggi | 17 | 17 |
| 2. | 23,8 – 29,3 | Tinggi | 69 | 69 |
| 3. | 18,2 – 23,7 | Cukup Tinggi | 14 | 14 |
| 4. | 12,6 – 18,1 | Rendah | - | - |
| 5. | 7 – 12,5 | Sangat Rendah | - | - |
| Jumlah | | | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.33 mayoritas responden mengkategorisasikan keputusan pembelian ke dalam kategori tinggi (69%). Lalu sangat tinggi sebanyak (17 %) dan cukup tinggi sebanyak (14 %). Hal ini dikarenakan konsumen telah percaya pada Samsung Galaxy Seri J memiliki kualitas yang baik, beberapa responden merupakan konsumen setia yang menggunakan produk dari Samsung sebelum menggunakan Samsung Galaxy Seri J sehingga mereka merasa nyaman ketika menggunakan produk dari merek yang sama. Beberapa responden mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi mengenai Samsung Galaxy Seri J yang dirasa cukup membantu dalam melakukan pembelian.

3.2.4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya dalam bentuk tabel kategorisasi persepsi responden mengatkan bahwa keputusan pembelian Samsung Galaxy Series J. Uraian dibawah ini menunjukkan jawaban responden mengenai keputusan pembelian. Rekapitulasi ini difungsikan sebagai proyeksi responden

tentang persepsinya pada indikator variabel keputusan pembelian manakah yang memiliki jumlah frekuensi dibawah dan diatas rata-rata. Selanjutnya peneliti dapat memberikan saran yang tepat sesuai deng aspek – aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Rekapitulasi jawaban responden berdasarkan nilai rata – rata dapat dilihat dari tabel 3.34 berikut ini:

Tabel 3.34
Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

| Pertanyaan | Jumlah Responden | Kategori | | | | | Skor Total | Mean |
|---------------------------|------------------|----------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| P15 | 100 | 0 | 0 | 25 | 67 | 8 | 383 | 3,83 |
| P16 | 100 | 0 | 0 | 14 | 69 | 17 | 403 | 4,03 |
| P17 | 100 | 0 | 0 | 21 | 62 | 17 | 396 | 3,96 |
| P18 | 100 | 0 | 12 | 30 | 51 | 7 | 353 | 3,53 |
| P19 | 100 | 0 | 5 | 39 | 46 | 10 | 361 | 3,61 |
| P20 | 100 | 0 | 0 | 36 | 52 | 12 | 376 | 3,76 |
| P21 | 100 | 0 | 0 | 38 | 52 | 10 | 372 | 3,72 |
| Mean Skor Variabel | | | | | | | | 3,77 |

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Keterangan :

P15 : Samsung Galaxy Seri J sesuai dengan kebutuhan

P16 : Informasi mengenai Samsung Galaxy seri J mudah dicari

P17 : Informasi mengenai Samsung Galaxy seri J membantu saya dalam membeli produk

P18 : Samsung Galaxy Seri J dinilai paling baik dibandingkan produk lainnya

P19 : Yakin dengan Samsung Galaxy Seri J sehingga memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian

P20 : Yakin dengan keunggulan Samsung Galaxy Seri J sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian

P21 : Keinginan merekomendasikan produk Samsung Galaxy Series J kepada orang lain

Berdasarkan Tabel 3.34 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel harga adalah 3,77 . Item pertanyaan dengan nilai rata-rata tertinggi di atas nilai rata-rata skor variabel adalah P15 mengenai Samsung Galaxy Seri J dapat memenuhi kebutuhan, hal ini dikarenakan banyaknya tipe dari Samsung Galaxy

Seri J yang ditawarkan sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya. Sedangkan P16 mengenai informasi Samsung Galaxy Seri J mudah dicari, karena informasi bisa didapatkan dari iklan yang dipromosikan, *browsing* di internet dan menanyakan langsung ke *store* Samsung. Dan pada item P17 mengenai informasi Samsung Galaxy Seri J membantu saya dalam membeli, hal ini dikarenakan konsumen merasa puas dengan informasi yang didapatkannya sehingga memutuskan untuk membeli.

Indikator yang berada di bawah nilai rata – rata adalah yakni pada item P18, P19, P20, P21. Hal ini dikarenakan masih banyaknya *smartphone* lainnya yang dinilai lebih unggul dalam menawarkan spesifikasinya jika dibandingkan dengan Samsung Galaxy Seri J.

3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

3.3.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi berada pada kisaran angka minus satu (-1) sampai plus satu (+1), koefisien korelasi sebesar nol menunjukkan tidak adanya antar dua variabel (Sugiyono, 2004:67). Uji korelasi ini digunakan kuat tidaknya hubungan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian Samsung Galsxy Series J. Adapun hasil uji korelasi dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 3.35
Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .786 ^a | .618 | .614 | 1.866 |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.35 dapat dijelaskan bahwa pada kriteria hubungannya, nilai R pada koefisien korelasi antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian adalah 0,786. Dengan demikian kekuatan hubungan linier antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah kuat, karena terletak pada interval 0,60 – 0,799. Artinya variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki korelasi **kuat** terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data pada tabel 3.35 diatas, diketahui bahwa nilai R^2 dalam perhitungan koefisien determinasi antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 0,618 atau jika di persentasikan menjadi 61,8% dimana nilai tersebut berarti kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 61,8% sedangkan 38,2% (100%-61,8%) lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain kualitas produk.

3.3.3 Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen (kualitas produk) dengan variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.36
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produ Terhadap Keputusan Pembelian

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 7.906 | 1.484 | | 5.327 | .000 |
| Kualitas Produk | .672 | .053 | .786 | 12.589 | .000 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 3.36 diatas, diketahui koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X_1) adalah sebesar 0,672 dan untuk nilai konstantanya adalah 7,906. Dari keterangan tersebut maka dapat dibentuk:

$$Y = 7,906 + 0,672 X_1$$

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Kualitas Produk

Dari persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa apabila Kualitas Produk naik 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,672. Ini berarti jika Kualitas Produk ditingkatkan kearah positif (kearah lebih baik) maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat kearah positif.

3.3.4 Uji t

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai dari t hitung adalah sebesar 12.589. Dengan uji signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun krtiteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan kriteria hipotesis
 - H_0 diterima atau H_a ditolak jika tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian

- H_0 ditolak atau H_a diterima jika terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%.
 3. Menentukan t tabel dengan mencari nilai df (degree of freedom) terlebih dahulu

$$\begin{aligned} df &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat pada tabel t dengan signifikansi 5% maka nilai t tabel sebesar 1,9845. Pemenuhan kriteria sebagai berikut:

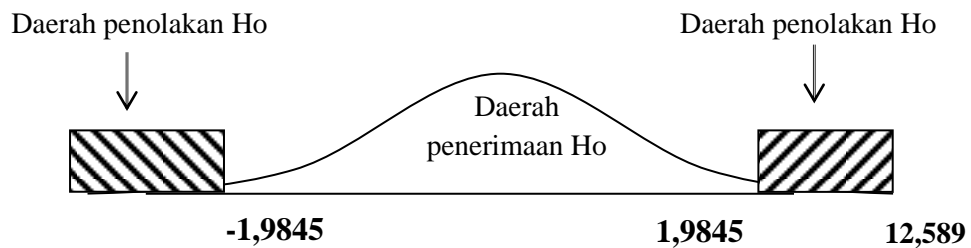
- a. H_0 diterima apabila t hitung $<$ t tabel, artinya variabel bebas (X_1) tidak mempengaruhi variabel terikat (Y)
- b. H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas (X_1) mempengaruhi variabel terikat (Y).

Untuk t tabel ($df = 100 - 2$; dua sisi / 0,05) = 1,9845. Maka diperoleh :

t hitung (12,589) $>$ t tabel (1,9845) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Seri J” **diterima.** Dengan kata lain, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh yang positif ini menunjukkan

bahwa jika kualitas produk baik maka berdampak pada keputusan pembelian yang akan semakin baik. Adapun gambar pengujiannya adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 1
Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian



3.4 Analisis Pengaruh Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian

3.4.1 Koefisien Korelasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi berada pada kisaran angka minus satu (-1) sampai plus satu (+1), koefisien korelasi sebesar nol menunjukkan tidak adanya hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2004:67). Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Series J. Adapun hasil uji korelasi dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 3.37
Hasil Uji Korelasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .580 ^a | .337 | .330 | 2.458 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.37 dapat dijelaskan bahwa pada kriteria hubungannya, nilai R pada koefisien korelasi antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian adalah 0,580. Dengan demikian kekuatan hubungan linier antara variabel citra merek (X_2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sedang, karena terletak pada interval 0,40-0,599. Artinya variabel citra merek (X_1) memiliki korelasi **sedang** terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data pada tabel 3.37 diatas, diketahui bahwa nilai R^2 dalam perhitungan koefisien determinasi antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 0,337 atau jika di persentasikan menjadi 33,7% dimana nilai tersebut berarti kontribusi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 33,7% sedangkan 66,3% (100%-33,7%) lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain citra merek.

3.4.3 Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen Citra Merek dengan variabel dependen (Keputusan Pembelian). Adapun hasil dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.38
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 12.798 | 1.949 | | 6.567 | .000 |
| Citra merek | 1.155 | .164 | .580 | 7.057 | .000 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 3.38 diatas, diketahui koefisien regresi untuk variabel citra merek (X_2) adalah sebesar 1,155 dan untuk nilai konstantanya adalah 12,798. Dari keterangan tersebut maka dapat dibentuk:

$$Y = 12,798 + 1,155 X_2$$

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X_2 = Citra Merek

Dari persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa apabila citra merek naik 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 1,155. Ini berarti jika citra merek ditingkatkan kearah positif (kearah lebih baik) maka keputusan pembelian juga akan meningkat kearah positif.

3.4.4 Uji t

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai dari t hitung adalah sebesar 12.589. Dengan uji signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun krtiteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan kriteria hipotesis
 - H_0 diterima atau H_a ditolak jika tidak terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian
 - H_0 ditolak atau H_a diterima jika terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian
2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%.
3. Menentukan t tabel dengan mencari nilai df (degree of freedom) terlebih dahulu

$$\begin{aligned} df &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

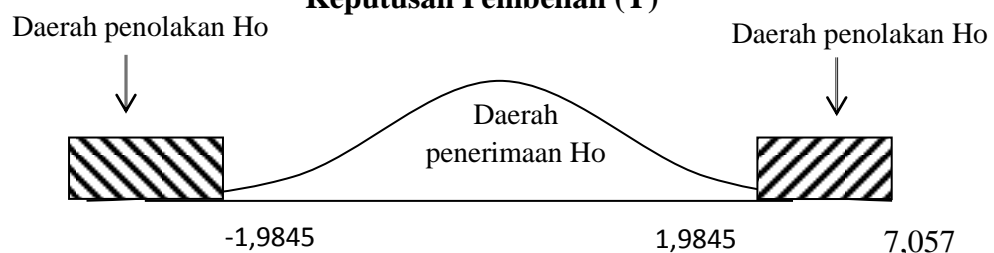
Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat pada tabel t dengan signifikansi 5% maka nilai t tabel sebesar 1,9845. Pemenuhan kriteria sebagai berikut:

- H_0 diterima apabila t hitung $<$ t tabel, artinya variabel bebas (X_2) tidak mempengaruhi variabel terikat (Y)
- H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas (X_2) mempengaruhi variabel terikat (Y).

Untuk t tabel ($df = 100 - 2$; dua sisi / 0,05) = 1,9845. Maka diperoleh :

t hitung (7.057) $>$ t tabel (1,9845) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Seri J” **diterima.** Dengan kata lain, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa jika citra merek baik maka berdampak pada keputusan pembelian yang akan semakin baik. Adapun gambar pengujiannya adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 2
Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)



3.5 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

3.5.1 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi berada pada kisaran angka minus satu (-1) sampai plus satu (+1), koefisien korelasi sebesar nol menunjukkan tidak adanya hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2004:67). Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Series J. Adapun hasil uji korelasi dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 3.39
Hasil Uji Korelasi Harga (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .794 ^a | .631 | .627 | 1.835 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.39 dapat dijelaskan bahwa pada kriteria hubungannya, nilai R pada koefisien korelasi antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian adalah 0,794. Dengan demikian kekuatan hubungan linier antara variabel Harga (X₃) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah kuat, karena terletak pada interval 0,60 – 0,799. Artinya variabel harga (X₃) memiliki korelasi **kuat** terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2 Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan data pada tabel 3.39 diatas, diketahui bahwa nilai R² dalam perhitungan koefisien determinasi antara variabel citra merek terhadap variabel

keputusan pembelian adalah sebesar 0,631 atau jika di persentasikan menjadi 63,1% dimana nilai tersebut berarti kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 63,1% sedangkan 36,9% (100%-63,1%) lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain harga.

3.5.3 Regresi Linier Sederhana.

Regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen (harga) dengan variabel dependen (Keputusan Pembelian). Adapun hasil dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.40
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 11.285 | 1.186 | | 9.514 | .000 |
| Harga | 1.436 | .111 | .794 | 12.932 | .000 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 3.40 diatas, diketahui koefisien regresi untuk variabel harga (X₃) adalah sebesar 1,436 dan untuk nilai konstantanya adalah 11,285. Dari keterangan tersebut maka dapat dibentuk:

$$Y = 11,285 + 1,436 X_3$$

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X₃ = Harga

Dari persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa apabila harga naik 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar

1,436. Ini berarti jika harga ditingkatkan kearah positif (kearah lebih baik) maka keputusan pembelian juga akan meningkat kearah positif.

3.5.4 Uji t

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa nilai dari t hitung adalah sebesar 12,932. Dengan uji signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun krtiteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan kriteria hipotesis
 - H_0 diterima atau H_a ditolak jika tidak terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian
 - H_0 ditolak atau H_a diterima jika terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian
2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%.
3. Menentukan t tabel dengan mencari nilai df (degree of freedom) terlebih dahulu

$$df = n-2$$

$$= 100-2$$

$$= 98$$

Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat pada tabel t dengan signifikansi 5% maka nilai t tabel sebesar 1,9845. Pemenuhan kriteria sebagai berikut:

- c. H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, artinya variabel bebas (X_3) tidak mempengaruhi variabel terikat (Y)

- d. H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas (X_3) mempengaruhi variabel terikat (Y).

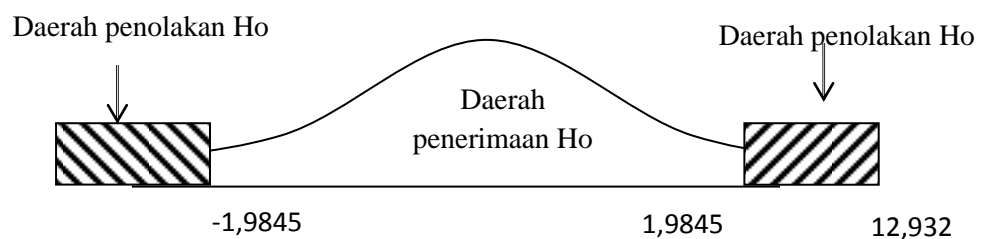
Untuk t tabel ($df = 100 - 2$; dua sisi / $0,05$) = $1,9845$. Maka diperoleh :

t hitung ($12,932$) $>$ t tabel ($1,9485$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima,

sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Seri J” **diterima**. Dengan kata lain, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa jika harga baik maka berdampak pada keputusan pembelian yang akan semakin baik.

Adapun gambar pengujiannya adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 3
Pengujian Hipotesis Dengan t-test Variabel Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)



3.6 Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

3.6.1 Koefisien Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Series J. Adapun hasil koefisien korelasi dapat diketahui pada tabel berikut ini :

Tabel 3.41
Koefisien Korelasi Pengaruh Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .849 ^a | .722 | .713 | 1.609 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari Tabel 3.41 dapat dilihat nilai koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan adalah sebesar 0,849. Hasil perhitungan ini menunjukkan tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas produk (X₁), citra merek (X₂), dan harga (X₃) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sangat kuat, karena nilai 0,849 berada dalam interval 0,80 – 1,000. Artinya variabel variabel kualitas produk (X₁), citra merek (X₂), dan harga (X₃) memiliki hubungan **sangat kuat** terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3.6.2 Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan data pada tabel 3.41 diatas, diketahui bahwa nilai R² dalam perhitungan koefisien determinasi antara variabel kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 0,772 atau jika di persentasikan menjadi 77,2% dimana nilai tersebut berarti kontribusi pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 77,2% sedangkan 22,8% (100%-77,2%) lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain kualitas produk, citra merek, dan harga.

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian, maka diperlukan analisis

berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun hasil regresi linear berganda dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 3.42
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6.172 | 3.367 | | 4.065 | .049 |
| Kualitas Produk | .378 | .069 | .443 | 5.520 | .000 |
| Citra Merek | .177 | .147 | .089 | 1.206 | .231 |
| Harga | .733 | .174 | .405 | 4.216 | .000 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dilihat pada Tabel 3.42 diketahui bahwa koefisien regresi berganda untuk kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,378, citra merek (X_2) adalah sebesar 0,177 dan harga (X_3) adalah sebesar 0,733 nilai konstantanya adalah 6,172. Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 6,172 + 0,378X_1 + 0,177X_2 + 0,733X_3$$

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Citra Merek

X3 = Harga

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 0,6172 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kualitas produk, citra merek dan harga, maka nilai keputusan pembelian produk Samsung Galaxy Seri J adalah sebesar 0,6172.

2. Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan koefisien variabel kualitas produk, citra merek dan harga sebesar 0,378, 0,177 dan 0,733. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian adalah searah.

Maka berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan variabel keputusan pembelian dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara simultan atau bersamaan. Maka, semakin meningkat atau tinggi kualitas produk, citra merek dan semakin terjangkau harga maka keputusan pembelian pada produk Samsung Galaxy Seri J akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Dari ketiga variabel bebas tersebut, ternyata variabel harga memberi pengaruh yang lebih besar daripada variabel kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Samsung Galaxy Seri J.

3.6.4 Uji F

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Adapun hasil perhitungan uji F dapat diketahui pada tabel berikut ini :

Tabel 3.43
Uji F Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian
ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 644.103 | 3 | 214.701 | 82.931 | .000 ^a |
| | Residual | 248.537 | 96 | 2.589 | | |
| | Total | 892.640 | 99 | | | |

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

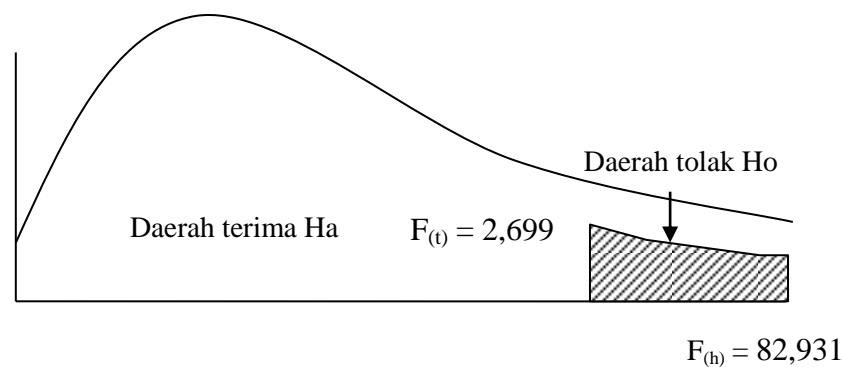
Berdasarkan pada Tabel 3.71 terlihat bahwa hasil F_{hitung} sebesar 59,946. Nilai F dari hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan hasil dengan langkah-langkah berikut:

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
 - a. $H_0: \beta \leq 0$, artinya tidak ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
 - b. $H_a: \beta > 0$, artinya ada pengaruh positif kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan $\alpha = 0,05$ atau signifikan 5% dan jumlah variabel bebas (k) = 3, *degree of freedom* (df) = $(n - k - 1)$ maka $100 - 3 - 1 = 96$, maka apabila dilihat pada tabel *f two tailed* dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,699.
3. Pemenuhan kriteria sebagai berikut:
 - a. H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti tidak ada pengaruh antara antara kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian.

- b. H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif antara antara kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian yang didapat $F_{hitung} = 82,931 > F_{tabel} = 2,699$ maka H_0 ditolak dan **H_a diterima**, artinya ada pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis keempat yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk Samsung Galaxy Seri J” dapat diterima. Untuk lebih jelasnya maka akan disajikan gambar berikut:

Gambar 3. 4
Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian



3.7 Pembahasan

Pada penelitian ini kualitas produk, citra merek, dan harga secara parsial memerlukan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu seluruh sub variabel kualitas produk, citra merek, dan harga secara bersama-sama secara parsial merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kategorisasi variabel kualitas produk Samsung Galaxy Seri J adalah tergolong cukup baik. Kemampuan sub variabel pada kualitas produk mampu

menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat tergolong kuat dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk Samsung Galaxy Seri J yang menurut persepsi responden masih kurang memenuhi. Ketika indikator dalam variabel kualitas produk baik maka hal itu menunjukkan bahwa produk Samsung Galaxy Seri J disukai oleh konsumen karena Samsung Galaxy Seri J mampu memberikan kinerja yang berkualitas tinggi, daya tahan baterai yang awet, fitur yang ditawarkan lengkap dan mudah digunakan. Namun ketika indikator yang digunakan untuk variabel kualitas produk memiliki nilai rendah maka perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu kualitas produknya.

Apabila suatu produk dinilai memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing maka konsumen akan cenderung memilih melakukan pembelian produk tersebut, hal ini sesuai dengan teori Kotler (2002). Melalui kualitas produk yang diciptakannya, perusahaan berusaha untuk membangun pola pikir konsumen untuk memastikan bahwa perusahaan membuat produk lebih unggul dari pesaingnya. Artinya semakin baik kualitas produk yang diciptakannya semakin tinggi pula keputusan pembeliannya.

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian Muhammad Fadhi Dzil Akbar (2015) “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Iphone” hal ini menunjukkan

bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kategorisasi variabel citra merek Samsung Galaxy Seri J adalah tergolong baik. Hasil penelitian ini memperhatikan bahwa kemampuan sub variabel pada citra merek mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas dan terikat tergolong sedang dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Dalam hal ini Samsung Galaxy Seri J menunjukkan bahwa citra merek yang dimiliki oleh perusahaan telah melekat di benak konsumen yaitu Samsung telah menjadi pemimpin pasar yang berada pada nomor satu dalam *market share*. Konsumen menilai bahwa citra merek Samsung mempunyai kesan yang baik, hal ini dikarenakan produk dari Samsung mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan konsumen, dan memiliki produk yang mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Perusahaan dalam mempertahankan citra mereknya dengan cara mengembangkan inovasi teknologi yang canggih dalam setiap peluncuran produknya, memberikan jaminan pada produknya yang dapat dipercaya oleh konsumen ketika mengalami kerusakan. Semakin baik citra merek pada suatu produk maka akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Apabila produk dengan citra merek yang kurang baik dalam pandangan konsumen, maka keputusan pembelian konsumen terhadap produk juga akan lebih rendah. Hal ini diperkuat oleh teori Setiadi (2008:180) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian Erwin Adi Wijaya (2014) “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series” hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (*brand image*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kategorisasi variabel harga Samsung Galaxy Seri J adalah tergolong cukup sesuai yang artinya harga yang ditawarkan masih kurang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Hasil penelitian ini memperhatikan bahwa kemampuan sub variabel pada harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas dan terikat tergolong kuat dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan peninjauan ulang dalam hal pemberian harga, karena harga merupakan unsur penting bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Dengan menetapkan harga yang sesuai perusahaan akan mendapatkan keuntungan karena harga yang bersaing dapat meningkatkan penjualan. Dalam hal ini Samsung Galaxy Seri J menetapkan harga yang bervariasi yang dapat disesuaikan konsumen berdasarkan spesifikasi yang dibutuhkan serta harga yang ditawarkan oleh Samsung Galaxy Seri J mampu bersaing dengan produk lainnya. Hal ini sesuai dengan teori (Ong dan Sugiharto, 2013) harga yang ditetapkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga kenaikan atau penurunan penilaian konsumen terhadap harga secara signifikan akan mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila harga yang diberikan semakin sesuai dengan daya beli konsumen maka keputusan pembelian

akan meningkat begitu pula sebaliknya. Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian Ahmad Yulizar “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer” hal ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih signifikan terhadap keputusan pembelian daripada variabel kualitas produk dan citra merek. Hal ini terjadi karena konsumen menilai harga yang ditawarkan dari Samsung Galaxy Seri J cukup mahal. Dalam menentukan keputusan pembelian, informasi tentang harga sangat dibutuhkan, dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami, dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Perusahaan dalam menetapkan harga harus lebih teliti. Dengan adanya harga yang sebanding dengan manfaat yang diberikan, konsumen akan merasa tidak rugi dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk meskipun berpengaruh secara signifikan namun pengaruhnya kurang besar. Hal ini dikarenakan konsumen merasa kualitas produk pada Samsung masih ada yang kurang seperti RAM yang ditawarkan masih sedikit, sehingga terjadi *lag* atau memiliki respon yang lambat saat digunakan konsumen. Selain itu, citra merek juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian namun pengaruhnya kurang besar. Hal ini dikarenakan citra merek Samsung Galaxy Seri J dilihat dari citra pemakai, konsumen merasa masih kurang sesuai karena ada produk yang lainnya yang memiliki citra lebih unggul. Dan konsumen menilai produk Samsung Galaxy Seri J masih mempunyai kekurangan dibandingkan dengan produk lainnya.