

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DALAM MEMILIH HP ANDROID MEREK SAMSUNG (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

Ahamad Hidayatulloh (1310411152)<sup>1</sup>

Dr.Nurul Qomariah, MM<sup>2</sup>

A.Fahrur Rosi, SE. MM<sup>3</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Muhammadiyah Jember

Jln. Karimata No. 49, Telp (0331) 336728, Jember

E-mail : [dayatterateer@gmail.com](mailto:dayatterateer@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian yang dilaksanakan oleh Ahmad Hidayatulloh (1310411152) ini, berjudul ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DALAM MEMILIH HP ANDROID MEREK SAMSUNG ( Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember ). Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap keputusan pembelian handphone samsung. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang berhasil dikumpulkan sebanyak 77 responden. Pada tahap analisis dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas, uji regresi berganda. Aplikasi yang digunakan adalah SPSS 21 untuk membantu pengujian model ini. Dari hasil analisis didapatkan, bahwa motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone samsung  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sedangkan sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak.

**Kata Kunci:** Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Dan Keputusan Pembelian

---

## I PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Kebutuhan akan alat komunikasi mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Hampir setiap individu menggunakan telepon seluler (*smartphone*) dalam kehidupannya, karena telepon seluler sudah menjadi kebutuhan saat ini. Hal ini dikarenakan pola konsumsi masyarakat pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka. Masyarakat tidak hanya melakukan telepon dan SMS saja, tetapi *smartphone* sekarang ini banyak di gunakan untuk berkomunikasi melalui internet, BBM, whatshap, facebook, imo. Komunikasi yang dilakukan sehari-hari baik

dalam pekerjaan maupun hal yang lainnya (Apriliana 2013).

Jenis-jenis *smartphone* ini menandakan telah terjadi perubahan dalam pola perilaku masyarakat, hampir seluruh golongan masyarakat bergantung pada *smartphone* setiap harinya, *smartphone* juga menjadi alat pengukur tingkat sosial individu. Apalagi sekarang banyak *smartphone* yang mempunyai kualitas yang semakin canggih, kecanggihan teknologi *smartphone* menjadi daya tarik masyarakat untuk memiliki *smartphone* tersebut ([www.detik.com](http://www.detik.com)).

Produk *smartphone* yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi dan melakukan aktifitas dunia maya. Oleh karena itu banyak

perusahaan berlomba-lomba dalam memasarkan produk *smartphone* terbaru mereka, ini merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam menghadapi para pesaing, dan dalam peningkatan laba serta mendistribusikan barang dengan cara efektif (Syihab 2015). Data *surve* yang di lakukan peneliti terbukti bahwa Samsung banyak di minati oleh kalangan mahasiswa khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember:

Tabel 1.3  
Di Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Jember  
Tahun 2016-2017

No	Nama	Nim	Keterangan
1	Novika	1310411076	Sony
2	Ely Nur	1310411077	Xiaomi
3	Suci	1310411078	Samsung
4	Kiki	1310411079	Samsung
5	Diana	1310411062	Samsung
6	Novita	1310411064	Samsung
7	Hayu	1310411088	Samsung
8	Wildani	1310411096	Noah
9	Farah	1310411101	Samsung
10	An Nisaa	1310411109	Samsung
11	Ilmi	1310411143	Oppo
12	Mohammad	1310411301	Samsung
13	Mita	1310411325	Samsung
14	Arifin	1310411205	Samsung
15	Fathur Rosi	1310411071	Asus
16	Viky Ariska	1310411103	Samsung
17	Ade	1310411075	Samsung
18	Shihatul	1310411127	Samsung
19	Riastini	1310411067	Samsung
20	Moh Afton	1310411074	Sony
21	Laraswati	1310411114	Oppo
22	Rina	1310411128	Samsung
23	Yussy	1310411167	Samsung
24	Rima	1310411297	Samsung
25	Dewi	1310411175	Samsung
26	Mela	1310411044	Samsung
27	Dita	1310411042	Xiaomi
28	Mariyatul	1310411043	Samsung
29	Puguh	1310411124	Huawei
30	Fijay	1310411112	Samsung

Sumber : Data diolah Tahun 2017

Hasil *surve* di atas bahwa dari 30 anak yang memilih *smartphone* Samsung sebanyak 21 orang dan kalau di persenkan jumlah mahasiswa yang memilih *smartphone* Samsung sebesar 70% dari 100% tersebut dan yang tidak memilih selain Samsung sebanyak 30%. Jadi bisa kita lihat bahwa di kalangan mahasiswa khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember banyak yang menyukai *smartphone* android merek Samsung.

Berdasarkan pada data *surve* di atas, dapat dilihat bahwa motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung. Penelitian ini di tujukan untuk memastikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian samsung. Dan semoga penelitian ini memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi yang berkepentingan.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah motivasi konsumen mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember?
2. Apakah sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah jember?
3. Apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan Pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi secara langsung terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh *persepsi kualitas* secara langsung terhadap keputusan pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan Pembelian *Smartphone android* merek Samsung di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember.

### 1. MANFAAT PENELITIAN

#### 1.4.1 Manfaat penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan *teori-teori* yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara *praktis* tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan *referensi* dan masukan terhadap disiplin ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan *acuan* bagi penelitian selanjutnya.

#### 1.4.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan *strategi* dibidang pemasaran sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.

## 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1 TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1.1 Teori Atribusi

Atribusi merupakan salah satu proses pembentukan kesan. Atribusi mengacu pada bagaimana orang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri. Atribusi adalah proses di mana orang menarik kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku orang lain.

#### 2.1.2 Penelitian terdahulu

Penelitian pernah di buat oleh Ferdian, universitas diponegoro tahun 2012 yang berjudul Analisis pengaruh motivasi konsumen presepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pc Tablet iPad.

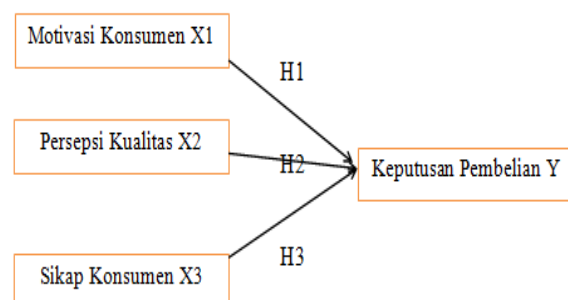
#### 2.1.3 Hipotesis

H1 : Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H2: Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H3: Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### 2.1.4 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Paradigma Penelitian.

### 3 METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis dan sumber data menggunakan data subyek dan data primer yang di peroleh secara langsung dari responden.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2013. Pelaksanaan sampel dan pengambilan data dilakukan bulan maret sampai dengan april 2017. Teknik pengumpulan data dengan metode surve dengan cara membagikan kuisisioner ke mahasiswa yang memakai smartphone merek Samsung

#### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey dengan teknik penyebaran kuisisioner yang telah disusun secara terstruktur. Untuk mengukur pendapat responden digunakan skala Likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau suatu fenomena tertentu dengan tingkat preferensi jawaban mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju).

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi hasil penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki smartphone samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. kuisisioner yang di sebarakan sebanyak 77 kuisisioner di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. pada bulan april 2017. Jumlah kuisisioner tersebut merupakan jumlah mahasiswa yang memiliki smartphone samsung bersedia di jadikan responden..

#### 4.1.2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Variable	Indikator	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
Motivasi Konsumen	X1A	0,833	0,1914	000	VALID
	X1B	0,656	0,1914	000	VALID
	X1C	0,581	0,1914	000	VALID
	X1D	0,732	0,1914	000	VALID
Presepsi kualitas	X2A	0,823	0,1914	000	VALID
	X2B	0,754	0,1914	000	VALID
	X2C	0,878	0,1914	000	VALID
Sikap Konsumen	X3A	0,843	0,1914	000	VALID
	X3B	0,852	0,1914	000	VALID
Keputusan Pembelian	Y1A	0,843	0,1914	000	VALID
	Y1B	0,864	0,1914	000	VALID
	Y1C	0,703	0,1914	000	VALID

Sumber : Data diolah Lampiran 5

Variable	Crnbach Alpha	Keterangan
Motivasi Konsumen	0,655	
Presepsi Kualitas	0,747	Reliable
Sikap Konsumen	0,607	$\alpha > 0,60$
Keputusan Pembelian	0,729	

Sumber : Data diolah Lampiran 5

Berdasarkan pengujian validitas dan reliabilitas, maka dapat di simpulkan bahwa instrument yang di pakai valid dan reliable, sehingga seluruh data dapat dipakai dalam analisis hasil penelitian. Seluruh ukuran uji validitas menunjukkan tingkat sig. 000, yang berarti data tersebut valid. Sementara data dikatakan reliable karena nilai Corbach Alpha  $> 0,6$  (Ghozali 2005). Hasil olahan data menemukan bahwa nilai Corbach Alpha dari motivasi konsumen 0,655, persepsi kualitas 0,747, sikap konsumen 0,607, keputusan

pembelian  $0,729 > 0,6$  maka dapat di simpulkan data tersebut reliable.

### 4.1.3 UJI HIPOTESIS

#### **Hipotesis 1 : Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.**

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,004 dan lebih kecil dari 0,05 dan  $t$  hitung (2,972) > dari  $t$  tabel (1,666) yang berarti hipotesis diterima. Dengan indikator-indikator yaitu x1.A  $r$  hitung (0,833) > dari  $r$  tabel (0,1914), x1.B  $r$  hitung (0,656) > dari  $r$  tabel (0,1914), x1.C  $r$  hitung (0,581) > dari  $r$  tabel (0,1914), x1.D  $r$  hitung (0,732) > dari  $r$  tabel (0,1914). Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa motivasi konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Artinya bahwa ada pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Muahammadiyah Jember.

#### **Hipotesis 2 : Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.**

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh *persespsi kualitas* terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan  $t$  hitung (4,843) > dari  $t$  tabel (1,666) yang berarti hipotesis diterima. dengan indikator-indikator yaitu x2.A  $r$  hitung (0,823) > dari  $r$  tabel (0,1914), x2.B  $r$  hitung (0,754) > dari  $r$  tabel (0,1914), x2.C  $r$  hitung (0,878) > dari  $r$  tabel (0,1914),). Pengujian secara statistik ini

membuktikan bahwa adanya pengaruh *persepsi kualitas* terhadap keputusan pembelian. Artinya ada pengaruh *persepsi kualitas* terhadap terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Muahammadiyah Jember.

#### **Hipotesis 3 : Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.**

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat tidak ada pengaruh *sikap konsumen* terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,076 dan lebih besar dari 0,05 dan  $t$  hitung (-0,306) > dari  $t$  tabel (1,666) yang berarti hipotesis ditolak. dengan indikator-indikator yaitu x3.A  $r$  hitung (0,843) > dari  $r$  tabel (0,1914), x3.B  $r$  hitung (0,852) > dari  $r$  tabel (0,1914). Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya tidak ada pengaruh *sikap konsumen* terhadap keputusan pembelian. Artinya tidak ada pengaruh *sikap konsumen kualitas* terhadap terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Muahammadiyah Jember

## 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat banyaknya konsumen termotivasi untuk membeli handphone samsung seperti penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember bisa dilihat dari hasil perhitungan bahwa  $T_{hitung} 2,972 >$

1,666  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan 0,004 < 0,005 sehingga H1 diterima

2. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan yang paling dominan diantara variabel yang lainnya hal ini dapat dilihat banyaknya konsumen melihat dari kualitas suatu produk dan samsung disini di anggap mempunyai kualitas dari segi apapun seperti bentuknya yang sangat canggih serta fitur-fitur yang ada di dalam smarphone samsung sangat bagus dan juga harganya yang terjangkau sehingga konsumen membeli handphone samsung seperti penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember bisa dilihat dari hasil perhitungan bahwa  $T_{hitung}$  4,843 > 1,666  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan 0,000 < 0,005 sehingga H2 diterima
3. Sikap konsumen berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian karena sikap konsumen tidak selamanya tetap, karena apabila konsumen tidak puas terhadap suatu produk maka sikap konsumen akan berubah-ubah hal ini dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember bahwa banyak konsumen tidak setuju bahwa sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena sikap selalu berubah-ubah hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan bahwa  $T_{hitung}$  -0,306 < 1,666  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan 0,760 > 0,005 sehingga H3 ditolak

## 5.2 Saran

berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan sara-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil peneliti ini adapun saran-saran yang dapat disampikan sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas dari produk samsung tersebut, seperti fitur samsung lebih diperbaiki, batrai di perbaiki supaya lebih tahan lama, supaya konsumen merasa puas terhadap produk samsung tersebut sehingga banyak konsumen memutuskan untuk membeli produk samsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budi,Nurchahya Agung Sulistya.2015. *Pengaruh Motivasi Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung*. Laporan Penelitian Tidak Di Publikasikan. Fakultas Ekonomi Menejemen Universitas Negri Yogyakarta.
- Danial, M, M. 2008. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Laporan Penelitian Tidak Di Publikasikan. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negri Syarif Hidayatulloh Jakarta.
- Ferdian, Ario Sasongko. 2012. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, presepsi kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet iPad*. Laporan Penelitian Tidak Di Publikasikan. Fakultas EkonoMa Dan Bisnis Universitas Negri Dipenegoro.
- Fahmi,Wiranata.2013. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel*

*Nokia*. Laporan Penelitian Tidak Di Publikasikan. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negri Dipenegoro

Ghozali, Imam. 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi 7)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran (Jilid 1)*, Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip dan Keller, 2008, *Menejemen Pemasaran (Jilid 2)*, Erlangga, Jakarta

Nugroho,J Setiadi,2003, *Prilaku Konsumen* ,Penerbit Prenada Media Group

Nur, I dan Bambang, S. 2013. *Metodologi penelitian bisnis. BPFE. Yogyakarta*

Ruli. I dan Poppy.Y. 2014. *Metodologi Penelitian*. Refika Aditama

Syofian,Siregar.2010,*Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17.(Edisi 1-2)*. Jakarta: Rajawali Pres.

Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Syihab, S. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Samsung*. Universitas Hasanudin Makassar.