



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Berbasis Android pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya Tahun 2024

Budi Setiawan

STABN Sriwijaya, Indonesia
budi.setiawan.buda@gmail.com

Franky Okto Bernando

STABN Sriwijaya, Indonesia
frankyoktobernando@gmail.com

Pringgondani

STABN Sriwijaya, Indonesia
mrpringgondani@gmail.com

E-ISSN**P-ISSN****Article Info****Received: 1 Oktober 2024****Revised: 1 November 2024****Accepted: 1 December 2024****Doi Number****ABSTRACT :**

There are several problems felt by students from the Android-based mobile phones they own and decide to replace their mobile phones. The purpose of this study is to test the influence of product quality and price on the purchase decision of Android-based mobile phones for STABN Sriwijaya students. This study uses a quantitative approach with a survey method. The respondents of this study were 205 STABN Sriwijaya students who were carried out according to the research criteria. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with purposive sampling method and using SPSS 25 software program. The results of the prerequisite test showed that the data were normally distributed, the influence of the two independent variables on the dependent variable was linear and there was no autocorrelation, and the research data could be analyzed using multiple linear regression. The results of the analysis using multiple linear regression showed an F_{count} value of 84.745 with a significance probability value of 0.000. The multiple linear regression equation obtained was $Y = 7.716 + 0.368X_1 + 0.161X_2$. The support provided by the product quality and price variables on the purchase decision of Android-based mobile phones for STABN Sriwijaya students was 45.6%. The results showed that product quality had a significant partial effect on purchasing decisions if the price was controlled. Price had a significant partial effect on purchasing decisions if the product quality was controlled.

Keywords: product quality, price, purchasing decisions, STABN Sriwijaya students.



ABSTRAK :

Adanya beberapa permasalahan yang dirasakan mahasiswa dari *handphone* berbasis android yang dimiliki dan memutuskan untuk mengganti *handphone* mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Responden dari penelitian ini adalah 205 mahasiswa STABN Sriwijaya yang dilakukan sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* serta menggunakan bantuan program *software SPSS 25*. Hasil uji prasyarat menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat bersifat linier dan tidak terjadi autokorelasi, serta data penelitian dapat dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 84,745 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh yaitu $Y = 7,716 + 0,368X_1 + 0,161X_2$. Dukungan yang diberikan oleh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya sebesar 45,6%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jika harga dikendalikan. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jika kualitas produk dikendalikan.

Kata Kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian, mahasiswa STABN Sriwijaya.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini telah berkembang dengan pesat. Teknologi saat ini mempermudah pekerjaan manusia, baik itu dari hal sederhana sampai yang tersulit sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Menurut Sawitri et al. (2019) teknologi informasi dan komunikasi merupakan peralatan elektronik yang terdiri atas perangkat keras dan perangkat lunak serta semua kegiatan yang berkaitan dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan pemindahan informasi antar media. Adapun menurut Pasal 1 ayat 2 UU nomor 18 tahun 2002 teknologi merupakan cara atau metode dan proses atau produk yang dihasilkan dari pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan dan peningkatan mutu kehidupan manusia.

Komunikasi adalah salah satu hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang disampaikan dengan tujuan mempengaruhi pemahaman atau tindakan dari penerima pesan (Saputra, 2020). Untuk menunjang kegiatan berkomunikasi tentunya setiap orang membutuhkan media yang digunakan sebagai penunjang dalam rangka melakukan kegiatan diskusi. Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih ini diciptakanlah sebuah alat yang bisa memudahkan manusia dalam melakukan komunikasi melalui jarak jauh dan memungkinkan manusia untuk dapat berinteraksi secara bebas bahkan sampai skala global, salah satu alat komunikasi yang sedang berkembang pesat di zaman sekarang



yaitu telah diciptakannya alat komunikasi berupa *handphone* atau telepon genggam. *Handphone* adalah salah satu alat atau media yang menjadi kebutuhan utama masyarakat luas didalam menjalin komunikasi, terlebih lagi bagi kaum pelajar dan untuk terjalin maupun terlaksananya komunikasi yang baik tentunya dibutuhkan kualitas dari *handphone* yang baik.

Dahulu kegunaan dasar yang dimiliki *handphone* adalah hanya bisa digunakan untuk menelpon dan mengirim pesan singkat. Tetapi, seiring berjalannya waktu banyak fitur-fitur yang telah dimiliki *handphone* seperti dapat merekam video, bermain *game*, menggunakan internet, membuka media sosial, mengedit gambar dan video, bahkan *handphone* sekarang juga bisa dijadikan sebagai salah satu media yang digunakan untuk menambah pendapatan seseorang seperti melakukan usaha dengan menjual produk atau jasa melalui media sosial dan memanfaatkan *marketplace* yang sudah ada sebagai tempat menjual produk atau jasa yang dimiliki. Besarnya peluang yang ada dari munculnya *handphone* ini dimanfaatkan oleh berbagai orang seperti dalam hal berbisnis dan membantu mahasiswa/i dalam hal belajar.

Pemasar memahami bahwa pasar *handphone* berbasis android sangat luas dan beragam, mencakup berbagai segmen demografis dan psikografis. Mereka memanfaatkan data untuk mengidentifikasi berbagai segmen pasar, seperti berdasarkan usia, pendapatan, gaya hidup, dan kebutuhan khusus konsumen (misalnya, pengguna yang fokus pada *gaming*, fotografi, atau penggunaan sehari-hari). Di tengah persaingan ketat di pasar *handphone* berbasis android, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sangat krusial. Pemasar harus mampu menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi harapan konsumen, meningkatkan daya saing produk, dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, analisis yang tepat tentang kualitas produk dan harga bisa menjadi kunci sukses dalam menarik dan mempertahankan konsumen di pasar yang dinamis ini.

Banyaknya permintaan kebutuhan dari para konsumen akan alat komunikasi seperti *handphone* sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun-ketahun, sehingga semakin banyaknya pengguna *handphone* tentunya memacu tingkat pertumbuhan industri *handphone* di seluruh dunia. Dalam sudut pandang pemasar untuk terus bisa bersaing secara global banyak perusahaan kini dituntut untuk dapat meningkatkan daya saingnya secara terus menerus dan perusahaan harus mampu memahami dan memenuhi akan kebutuhan dan keinginan pasar. Setiap perusahaan yang bersaing sebenarnya memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana caranya agar produk yang dibuat bisa diterima dengan baik oleh konsumen ketika dipasarkan. Hal ini disebabkan pola konsumsi konsumen saat ini yang selalu menginginkan kemudahan dalam berkomunikasi dan bisa menunjang aktivitas mereka dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, banyak perusahaan saat ini dalam memasarkan produknya sangat beranekaragam pilihan untuk konsumen dapat menggunakan *handphone* berbasis android seperti samsung, oppo, xiaomi, vivo, asus, realme, poco, infinix dan lainnya.



Para pemasar mengembangkan berbagai strategi untuk dapat menarik perhatian konsumen, salah satunya yang dapat dilakukan beberapa perusahaan besar adalah dengan mengembangkan kualitas produk dan menawarkan harga kompetitif. Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang saling berkaitan dan bersama-sama memainkan peran krusial dalam mempengaruhi urgensi keputusan pembelian *handphone* berbasis android. Pemasar perlu mengembangkan strategi yang mampu menyeimbangkan kedua aspek ini, memastikan produk yang ditawarkan tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen terkait performa dan fitur, tetapi juga memberikan nilai yang menarik dari sisi harga. Kombinasi antara kualitas tinggi dan harga yang kompetitif, didukung dengan komunikasi pemasaran yang efektif dan layanan purna jual yang handal, akan meningkatkan peluang keberhasilan dalam mendorong keputusan pembelian *handphone* berbasis android.

Dalam memasarkan produk *handphone*, perusahaan melakukan beberapa tahapan yang telah diuji untuk memastikan bahwa kualitas produk yang dibuat telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Karena salah satu kemungkinan kunci banyaknya pembelian produk adanya kualitas produk yang bagus. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut (Ernawati, 2019). Pernyataan ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fera dan Pramuditha (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Riya et al. (2023) menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk sangat penting dalam keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih produk yang tahan lama, aman, dan memiliki kinerja yang baik. Mereka ingin memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka dan memiliki nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memainkan peran krusial dalam keputusan pembelian, karena konsumen ingin memastikan investasi mereka dalam *handphone* akan memberikan nilai yang sepadan dan mengurangi risiko masalah di masa mendatang.

Meskipun beberapa produk *handphone* sudah dianggap berkualitas baik, kenyataannya masih ada permasalahan, seperti kesalahan (error) yang sering terjadi saat dioperasikan. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas *handphone* berbasis android dan membuat mereka mempertimbangkan kembali untuk melakukan pembelian ulang. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakurat et al. (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian produk *handphone* juga dipengaruhi oleh harga. Menurut Sumarsid dan Paryanti (2022) harga merupakan jumlah nilai yang dibayarkan oleh



konsumen atau pembeli sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa, baik itu dalam bentuk kepemilikan atau penggunaan fungsional. Harga yang kompetitif dijadikan bahan pertimbangan oleh para konsumen dalam memilih suatu produk. Pernyataan ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fera dan Pramuditha (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Banyak konsumen yang beranggapan bahwa apabila suatu produk atau jasa memiliki harga yang mahal berarti produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang baik, begitu pula sebaliknya apabila suatu produk atau jasa memiliki harga yang rendah berarti produk atau jasa tersebut memiliki kualitas produk yang kurang baik bahkan bisa dikatakan jelek. Namun pada kenyataannya *handphone* yang memiliki harga mahal juga memiliki kualitas produk yang kurang bagus. Pernyataan ini didukung dengan adanya penelitian Muslimin et al. (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tingginya harga yang ditawarkan harus sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang diterima, sebaliknya jika harga yang ditawarkan terlalu rendah maka konsumen akan ragu akan manfaat dan kualitas produk yang ditawarkan sehingga menunda konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan begitu penetapan harga yang dilakukan pemasar haruslah sesuai dan wajar. Oleh karena itu, perlunya bagi konsumen atau mahasiswa untuk tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga melakukan riset mendalam mengenai kualitas produk seperti spesifikasi, ulasan pengguna, dan reputasi produk ketika proses pencarian informasi sebelum proses pengambilan keputusan untuk membeli *handphone* berbasis android.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, terdapat perbedaan hasil penelitian yang menciptakan gap penelitian. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif dan negatif terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen guna mendukung teori mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis Android pada mahasiswa STABN Sriwijaya.

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya (STABN Sriwijaya) adalah salah satu dari banyaknya sekolah tinggi agama yang dimana seluruh mahasiswa dan mahasiswinya telah menggunakan *handphone* dan berdasarkan hasil pra-observasi yang dilakukan selama satu minggu pada bulan April 2024, jenis *handphone* yang banyak digunakan adalah *handphone* berbasis android. *Handphone* tersebut digunakan oleh mahasiswa/i untuk menunjang kegiatan belajar mereka ketika berada di kampus dan diluar kampus serta digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan. Selain mahasiswa/i, para dosen dan akademisi juga menggunakan *handphone* untuk membantu mereka dalam melakukan kegiatan mengajar dan



menyelesaikan tugas pekerjaan mereka. Dari hasil pra-observasi yang dilakukan peneliti kepada mahasiswa STABN Sriwijaya terdapat beberapa *problem* yang dirasakan mahasiswa/i dalam menunjang kegiatan belajar mereka di lingkungan kampus, salah satunya kualitas produk yaitu resolusi kamera yang diberikan dirasa kurang besar sehingga dalam mengerjakan tugas kuliah seperti dalam pembuatan video atau pengambilan foto kurang bagus.

Mahasiswa/i STABN Sriwijaya juga mengikuti kegiatan berupa seminar dan webinar untuk mengasah serta meningkatkan keterampilan sebagai bagian dari pengembangan diri. Namun, *handphone* dengan kapasitas baterai kecil sering dianggap kurang memadai karena daya baterainya cepat habis, sehingga menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh mahasiswa/i di STABN Sriwijaya. Selain itu, *Memory* dan *RAM handphone* yang kecil juga menjadi suatu masalah bagi sebagian besar mahasiswa/i STABN Sriwijaya, hal ini dikarenakan banyaknya *file-file* yang disimpan berukuran besar dan mengakibatkan penyimpanan *handphone* cepat penuh. Harga juga menjadi salah satu masalah mahasiswa ketika akan membeli *handphone* berbasis android. Oleh karena itu, dari adanya kekurangan yang dimiliki setiap *handphone* mengakibatkan munculnya ketidaknyamanan konsumen, keputusan untuk membeli *handphone* baru serta menimbulkan keraguan dalam daya beli yang akhirnya memengaruhi keputusan pembelian *handphone* berbasis android.

Berdasarkan pada latar belakang di atas dan didukung dari hasil pra-observasi dari mahasiswa/i STABN Sriwijaya sebanyak 15 orang yang telah membeli dan menggunakan *handphone* berbasis android, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Berbasis Android Pada Mahasiswa STABN Sriwijaya Tahun 2024".

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019) merupakan suatu pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme. Pendekatan ini dianggap sebagai metode ilmiah karena mencapai standar ilmiah yang konkret, empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Januari sampai bulan September 2024 di STABN Sriwijaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif di Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya (STABN Sriwijaya) baik laki-laki maupun perempuan sejumlah 401 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode jenis *purposive sampling*. Berdasarkan perhitungan dari rumus Slovin, maka didapatkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 200,249 pada mahasiswa aktif di STABN Sriwijaya dan dibulatkan menjadi 205 untuk mengantisipasi terjadinya eror.

Terdapat tiga teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kuesioner, *library research* dan observasi. Data yang terkumpul dalam penelitian ini mencakup tiga kategori utama, yaitu mengenai kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Teknik



pengumpulan data non-tes melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form* dan menggunakan skala likert termodifikasi 1-5 untuk mengolah data. Uji Validitas data digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Salsabila et al. (2023) metode statistik digunakan untuk menilai validitas isi dan reliabilitas keseluruhan dari sebuah tes dengan melibatkan para ahli. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*. Tujuannya untuk menguji hipotesis secara parsial (Uji t), simultan (Uji f), dan uji koefisien determinasi (R^2) data penelitian. Selain itu, untuk menguji keakuratan data dalam penelitian, peneliti menggunakan uji validitas, realibilitas, dan uji prasyarat.

HASIL DAN DISKUSI

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum pengujian hipotesis, uji prasyarat meliputi uji normalitas, uji linearitas, untuk setiap pasangan variabel independen dan variabel dependen, uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasil pengujian terhadap analisis prasyarat tersebut disajikan sebagai berikut.

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Analisis Normalitas

| Kolmogorov-Smirnov | Nilai Probabilitas Signifikansi | Keputusan |
|--------------------|---------------------------------|-----------|
| 0,040 | 0,200 | Normal |

Hasil uji normalitas penelitian ini terlihat bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka data penelitian berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 2. Hasil Analisis Linearitas

| Linearitas | | F | Nilai Probabilitas Signifikansi | Keterangan |
|---------------------------|----------------------|-------|---------------------------------|--------------|
| Variabel bebas (X) | Variabel Terikat (Y) | | | |
| Kualitas Produk (X_1) | Keputusan Pembelian | 1,366 | 0,136 | Linier |
| Harga (X_2) | | 1,843 | 0,032 | Tidak Linier |

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh linier secara parsial terhadap keputusan pembelian karena nilai probabilitas signifikansi lebih dari 0,05, sedangkan harga tidak berpengaruh linier secara parsial terhadap keputusan pembelian karena nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05. Namun secara simultan dari grafik *scatter plot* hubungan variabel bebas dan variabel terikat linear maka analisis tetap dapat dilanjutkan.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,675 ^a | ,456 | ,451 | 2,24709 | 1,824 |
| a. Predictors: (Constant), totalX2, totalX1 | | | | | |
| b. Dependent Variable: totalY | | | | | |

Tabel

nilai Durbin-Watson diperoleh nilai $DWU < \text{Durbin-Watson (DW)} < (4 - DWU)$ yaitu $1,7705 < 1,824 < 2,2295$, artinya persamaan regresi keputusan pembelian atas kualitas produk dan harga tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

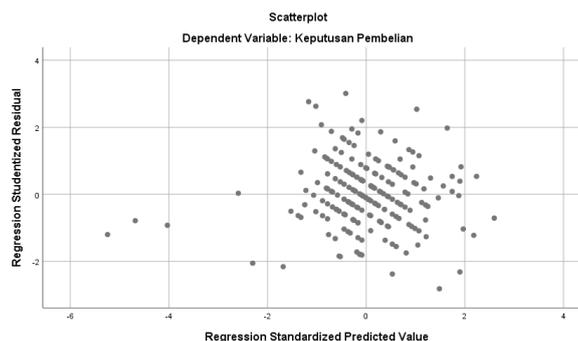
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Toleransi | VIF | Keterangan |
|---------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Kualitas Produk (X_1) | 0,581 | 1,722 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Harga (X_2) | 0,581 | 1,722 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Data nilai VIF (Variance Inflation Factor) variabel kualitas produk dan harga menunjukkan nilai $1,722 < 10,00$, yang artinya hubungan antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas

Gambar 1. *Scatter Plot* Heteroskedastisitas Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat Secara Simultan



Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa terdapat titik-titik data penelitian tersebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, yang dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial

| Variabel Bebas | t | Nilai Probabilitas Signifikan | Keterangan |
|---------------------------|-------|-------------------------------|--------------|
| Kualitas Produk (X_1) | 8,117 | 0,000 | Ada Pengaruh |
| Harga (X_2) | 2,500 | 0,013 | Ada Pengaruh |

Hasil pengujian variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar 8,117 dan nilai probabilitas signifikansinya sebesar 0,000 serta nilai t_{tabel} sebesar 1,971777. Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh juga lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) jika harga (X_2) dikendalikan. Sedangkan hasil pengujian variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar 2,500 dan nilai probabilitas signifikansinya sebesar 0,013 serta nilai t_{tabel} sebesar 1,971777. Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh juga lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,013 < 0,05$. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) jika kualitas produk (X_1) dikendalikan.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

| Model | Jumlah Kuadrat | df | Rerata Jumlah Kuadrat | F | Nilai Probabilitas Signifikansi | Keterangan |
|----------|----------------|-----|-----------------------|--------|---------------------------------|-----------------------|
| Regresi | 855,822 | 2 | 427,911 | 84,745 | 0,000 | Ada Pengaruh Simultan |
| Residual | 1019,983 | 202 | 5,049 | | | |
| Total | 1875,805 | 204 | | | | |

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $84,745 > 3,04$ serta nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Koefisien Analisis Regresi Berganda

| Variabel | Koefisien <i>Unstandardized</i> β |
|---------------------------|---|
| Konstanta | 7,716 |
| Kualitas Produk (X_1) | 0,368 |
| Harga (X_2) | 0,161 |

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh yaitu:

$$Y = 7,716 + 0,368X_1 + 0,161X_2$$

Berdasarkan hasil yang didapat diketahui nilai koefisien regresi kualitas produk (X_1) sebesar 0,368, berarti untuk setiap kenaikan sebesar satu satuan kualitas produk akan



menyebabkan peningkatan kualitas produk sebesar 0,368 jika harga dianggap konstan. Nilai koefisien regresi harga (X_2) sebesar 0,161, berarti untuk setiap koefisien sebesar satu satuan harga akan menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,161 jika kualitas produk dianggap konstan. Berdasarkan kedua nilai koefisien regresi variabel tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 8. Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std.error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|---------------------------|
| 1 | 0,675 | 0,456 | 0,451 | 2,24709 |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya dukungan pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dari nilai *R Square* sebesar 0,456. Nilai ini menunjukkan bahwa sumbangan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya sebesar 45,6%, sedangkan 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Korelasi ganda antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,675.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Berbasis Android

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu $8,117 > 1,971777$. Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Mappadeceng (2021) yang memperlihatkan bahwa produk yang diterima konsumen merupakan produk yang kualitasnya mampu memuaskan para konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan, bahwa produk yang memiliki kualitas bagus menjadi salah satu alasan utama bagi mahasiswa untuk dijadikan kriteria dalam memilih *handphone* berbasis android yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga memperkuat penelitian ini. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Berbasis Android

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu $2,500 > 1,971777$. Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,013 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Azis dan Utomo (2023) dan Fatimah (2023) serta fakta keinginan mahasiswa untuk menemukan



handphone dengan fitur dan spesifikasi terbaik dalam kisaran harga yang mereka sanggupi. Selain itu, harga sering digunakan sebagai tolak ukur untuk membandingkan *handphone* dari berbagai merek dan model.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Berbasis Android

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $84,745 > 3,04$ serta nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Novananda et al. (2021) serta fenomena yang terjadi di lapangan yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh dalam menumbuhkan perilaku keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Kemudian untuk hasil persentase dari koefisien determinasi didapat hasil sumbangan variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 45,6%, sedangkan sisanya 54,4% adalah faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya jika keterlibatan harga dikendalikan. Hasil tersebut dibuktikan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu $8,117 > 1,971777$ dan Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh harga yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya jika keterlibatan kualitas produk dikendalikan. Hasil tersebut dibuktikan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu $2,500 > 1,971777$ dan Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,013 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* berbasis android pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Sumbangan variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 45,6% dengan nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$.



Referensi

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Muslimin, Yasmir, & Jesika, S. (2021). Pengaruh Harga, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme di Kota Muara Bungo. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 110–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.56957/jsr.v4i3.176>
- Presiden Republik Indonesia. (2002). *Undang-Undang RI Nomor 18, Tahun 2002, Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*.
- Riya, N. R., Sumowo, S., & Wibowo, Y. G. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Realme Di Brc Bondowoso. *Growth*, 20(2), 419–430. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2763>
- Sakurat, J., Puji, L., & Safitri, U. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Berbasis Android) Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Dosen dan Mahasiswa Pengguna Smartphone Samsung Di Universitas Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 38–45. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.245>
- Salsabila, S. P., Hanggara, G. S., Ratnawati, V., & Arofah, L. (2023). Management Of Education Buku Panduan Permainan Dam Quiz Sebagai Media Untuk Melatih Keterbukaan Diri. *Management of Education: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 229–240. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/moe/index>
- Saputra, S. (2020). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Kegiatan Pembelajaran Melalui Media Whatsapp Group. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.37676/profesional.v7i1.1087>
- Sawitri, E., Astiti, M. S., & Fitriani, Y. (2019). Hambatan Dan Tantangan Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 202–213.
- Sugiyono. (2019). Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif. In *Google Books* (Issue 18 September 2019). Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>