

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI SAMARINDA

Muhammad Busyairi<sup>1</sup>, Umi Kulsum<sup>2</sup>, Danna Solihin<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : mbusyairi766@gmail.com

---

**Keywords :**

*Product Quality, Price,  
Purchasing Decisions*

---

**ABSTRACT**

*This research was conducted on Asus Laptop buyers in Samarinda, the research population used known population categories and samples were taken of 100 respondents using the NonProbability Sampling method with a sampling technique using purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires from Google Form using a Likert scale to measure each indicator. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using the statistical program SPSS version 25.*

*The results of this research show that 1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. This means that the better the quality of the product displayed, the stronger the decision to purchase an Asus Laptop in Samarinda. 2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. This means that the better the price given, the stronger the decision to buy an Asus laptop in Samarinda.*

---

## PENDAHULUAN

Era modernisasi dan globalisasi seperti saat ini teknologi komunikasi dan informasi tidak dapat dipisahkan dari kegiatan individu semua kalangan juga tidak ketinggalan setiap komersil ataupun non komersil selalu menggunakan bantuan teknologi dalam setiap melakukan aktivitas. Perkembangan teknologi ini bukan saja menjadi kebutuhan primer tapi telah berubah menjadi kebutuhan yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari salah satu teknologi yang menjadi kebutuhan saat ini adalah laptop. Laptop adalah sebuah perangkat komputer yang portabel untuk digunakan secara mobile. Laptop modern memiliki sejarah yang panjang dimulai pada tahun 1970 – an ketika sejumlah perusahaan elektronik mulai membuat komputer portabel yang lebih ringkas dan mudah dibawa.

Laptop digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk pekerjaan, hiburan, dan pendidikan. Mereka memiliki desain yang berbeda-beda, dari laptop yang tipis dan ringan hingga laptop gaming yang lebih besar dan berat. Sebagian besar laptop modern juga memiliki fitur layar sentuh, kamera web, dan kemampuan koneksi internet nirkabel. Merek laptop yang beredar di pasaran Indonesia sudah sangat banyak antara lain Acer, Toshiba, Asus, Apple, Lenovo, Sony viao, Axio, Samsung. Salah satu laptop yang terkenal adalah Asus.

Banyaknya merek laptop yang ada dipasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat misalnya mengubah

model, bentuk, warna, promosi, dan harga. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen berusaha agar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Keanekaragaman perilaku konsumen dalam memilih produk laptop bias datang dari diri sendiri maupun lingkungan. Oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian produk laptop bisa dipengaruhi dari diri sendiri, keluarga, maupun pengaruh dari lingkungan sekitar. Dengan banyaknya produk laptop yang beredar dipasaran maka masyarakat yang akan memilih dan menimbang-nimbang dengan teliti produk yang mempunyai keunggulan dan banyak dipakai oleh para pemakai laptop.

Menghadapi persaingan dalam produk laptop, maka tuntutan kualitas produk yang bermutu dan harga yang terjangkau menjadi sebuah keunggulan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Dengan kualitas produk yang bermutu dan harga yang terjangkau, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasaran konsumen, perusahaan harus benar-benar apa yang dibutuhkan oleh konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan dan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya (Kotler dan Armstrong, 2013:285).

Pendapat lain dikemukakan oleh Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor - faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

Kualitas produk menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan sebuah bisnis karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, reputasi merek, dan loyalitas konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing yaitu kebijakan penetapan harga. Harga juga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan – bukan harga yang dinyatakan pemasar.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312), *“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service”*.

Pendapat lain dikemukakan oleh Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Penetapan harga menjadi sangat penting bagi perusahaan ditengah persaingan yang begitu ketat. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produknya. Penting bagi perusahaan untuk menetapkan harga yang seimbang agar dapat menghasilkan keuntungan yang memadai sambil mempertahankan daya saing mereka di pasar. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan sensitivitas harga konsumen dan kemungkinan dampaknya terhadap keputusan pembelian.

## METODE

### 1. Populasi dan Sampel

Menurut Eddy Soegiarto (2018:42) “populasi adalah seluruh individu objek yang akan diteliti atau populasi adalah kumpulan objek mengenai sesuatu persoalan secara keseluruhan”. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Samarinda yang berjumlah 834.824 jiwa menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil kota Samarinda pada juni 2021.

Sampel menurut Eddy Soegiarto (2018:42) adalah suatu proses pengambilan sampel (contoh) atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *non probability* sampling tepatnya *purposive sampling*. Yang dimana Teknik penentuan sampelnya berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangannya untuk menjadi responden sebagai berikut :

- a. Masyarakat kota Samarinda
- b. Umur 18-40 tahun
- c. Pengguna laptop Asus

Untuk menentukan sampel penelitian ini digunakan rumus slovin dalam Aloysius rangga, dkk (2021:28) rumus adalah sebuah atau formula untuk menghitung jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : Margin error, dalam penelitian ini menggunakan 10% = 0,1

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{834,824}{1 + 834.824 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{834,824}{8.348}$$
$$n = 99,98$$

Hasil dari perhitungan sampel adalah 99,98 bila dibulatkan menjadi 100. Jadi, setelah pembulatan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 100responden.

## 2. Alat Analisis

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Misbahuddin (2013:303) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen sah atau valid, berarti memiliki validitas tinggi, demikian pula sebaliknya. Sebuah instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor item dengan skor total item. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)".

#### 2) Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2014:64) uji reliabilitas dilakukan untuk "Mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner". Menurut Sekaran dalam Priyatno (2014:64), cara menghitung reliabilitas adalah dengan menghitung koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya. Dalam penelitian ini setiap pertanyaan dari setiap indikator variabel dikatakan reliabel jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten.

### b. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Priyatno (2017:169) digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing - masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Mengidentifikasi variabel telah dikemukakan yaitu terdapat satu variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel – variabel ini bersifat terukur (kuantitatif), maka penggunaan Multiple Regression dengan rumus :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

b = Koefisien X variabel bebas

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

e = *Standart Error*

### c. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Hipotesis pertama diterima jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha$  0,05 sedangkan hipotesis

ditolak jika kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai  $sig. > \alpha 0,05$ .

2. Hipotesis kedua diterima jika harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai  $sig. < \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai  $sig. > \alpha 0,05$ .

#### d. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

Hipotesis ketiga diterima kualitas produk dan harga secara bersama - samaberpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diukur dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada nilai  $sig. < \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian diukur dengan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada nilai  $sig. > \alpha 0,05$ .

### 3. Jangkauan Penelitian

Penelitian ini memerlukan batasan batasan untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah dengan tujuan untuk lebih memudahkan dan memperjelas pembahasan hasil penelitian. Penelitian ini membatasi lingkup penelitian hanya pada masyarakat Kota Samarinda, adapun variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini seputar pengaruh kualitas produk, pengaruh harga , keputusan pembelian. Waktu penelitian berlangsung pada bulan mei 2023 sampai juli 2023.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil yang valid. Dari analisis diperoleh hasil seperti pada tabel sebagai berikut :

- 1) Variabel Kualitas Produk

**Tabel 1 Uji Validitas Kualitas Produk**

Indikator	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0,662	0,1654	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,664	0,1654	Valid
X <sub>1.3</sub>	0,550	0,1654	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,571	0,1654	Valid
X <sub>1.5</sub>	0,611	0,1654	Valid
X <sub>1.6</sub>	0,558	0,1654	Valid

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa hasil *output* pada uji validitas dari variabel kualitas produk dengan nilai koefisien *pearson correlation* pada pernyataan X<sub>1.1</sub> (0,662), X<sub>1.2</sub> (0,664), X<sub>1.3</sub> (0,550), X<sub>1.4</sub> (0,571), X<sub>1.5</sub> (0,611), X<sub>1.6</sub> (0,558) atau disebut  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,1654 dengan tingkat signifikansi kurang 0,05 (5%) sehingga seluruh pernyataan variabel kualitas produk valid.

2) Variabel Harga

**Tabel 2 Uji Validitas Harga**

Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0,631	0,1654	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,724	0,1654	Valid
X <sub>2.3</sub>	0,697	0,1654	Valid

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa hasil *output* pada uji validitas dari variabel kualitas produk dengan nilai koefisien *pearson correlation* pada pernyataan X1.1 (0,631), X1.2 (0,724), X1.3 (0,697), atau disebut  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,1654 dengan tingkat signifikansi kurang 0,05 (5%) sehingga seluruh pernyataan variabel kualitas produk valid.

3) Variabel Keputusan Pembelian

**Tabel 3 Uji Validitas Keputusan Pembelian**

Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y <sub>.1</sub>	0,616	0,1654	Valid
Y <sub>.2</sub>	0,661	0,1654	Valid
Y <sub>.3</sub>	0,818	0,1654	Valid

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa hasil *output* pada uji validitas dari variabel kualitas produk dengan nilai koefisien *pearson correlation* pada pernyataan X1.1 (0,616), X1.2 (0,661), X1.3 (0,818), atau disebut  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,1654 dengan tingkat signifikansi kurang 0,05 (5%) sehingga seluruh pernyataan variabel kualitas produk valid.

**B. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukuran dapat memberikan hasil yang reliabel bila dilakukan waktu yang berbeda pada objek yang sama. Dari analisis diperoleh hasil seperti pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4 Uji Reliabilitas**

Indikator	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
X1	0,649	0,6	Reliabel
X2	0,634	0,6	Reliabel
Y	0,683	0,6	Reliabel

Sumber : Data Diolah (2023)

**C. Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS, hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5 : Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.885	1.183		2.438	.017
	Kualitas Produk	.242	.054	.434	4.479	.000
	Harga	.323	.101	.311	3.213	.002

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan pada tabel 5 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai berikut :

$$Y = 0,434 (X_1) + 0,311 (X_2) + e$$

- 1) Pengaruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,434 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- 2) Pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,311 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila harga meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

#### D. Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6 : Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.885	1.183		2.438	.017
	Kualitas Produk	.242	.054	.434	4.479	.000
	Harga	.323	.101	.311	3.213	.002

Sumber : Data Diolah (2023)

Uji parsial dilakukan untuk melihat secara individual berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan =  $n - k - 1$  ( $100-3-1=96$ ), dengan signifikansi hasil  $t_{tabel}$  sebesar 1,660.

Berdasarkan tabel 6 pada diatas maka dapat disimpulkan :

#### 1. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,479 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Harga ( $X_2$ )

Variabel harga ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,213 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### E. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil uji f (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 7 : Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.070	2	28.035	40.685	.000 <sup>b</sup>
	Residual	66.840	97	.689		
	Total	122.910	99			

Sumber : Data Diolah (2023)

Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , nilai  $df_1 = k - 1$  ( $3 - 1$ ) dan  $df_2$  jumlah sampel – jumlah variabel keseluruhan ( $100 - 3$ ). Maka hasil nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 3,090.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 40,685$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 3,090$  dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga diterima. Artinya kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian

Variabel Kualitas Produk  $X_1$  uji T Parsial menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,479 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil  $\alpha = 0,05$  yang memiliki arti kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan memiliki pengaruh positif. Sehingga berarti kualitas produk berpengaruh signifikan (parsial) terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan hipotesis diterima dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda. Berdasarkan penelitian Kualitas Produk Laptop Asus di Samarinda diketahui bahwa Laptop Asus mempunyai kinerja yang baik, dan tidak memiliki gangguan atau kesalahan teknik yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan, serta mempunyai ketahanan dibanding produk lain, Laptop Asus mempunyai kecepatan masalah dalam penanganan keluhan dan mempunyai daya tarik secara tampilan. Berarti indikator tersebut berkontribusi tinggi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian Rifqi Sulthan Fahrezzy 2018, menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk pada Laptop Asus di Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian

Variabel Harga  $X_2$  berdasarkan uji T Parsial menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,213 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dengan taraf signifikansi 0,002 lebih kecil  $\alpha = 0,05$  yang memiliki arti Harga yang diberikan kepada pelanggan memiliki pengaruh positif. Sehingga berarti Harga berpengaruh signifikan (parsial) terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan Hipotesis diterima dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laptop Asus di Samarinda. Berdasarkan penelitian Harga Laptop Asus di Samarinda diketahui bahwa Harga Laptop Asus sangat terjangkau dan Harga sesuai yang di inginkan, Serta bersaing



dengan produk lain. Sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen yang berarti indikator tersebut berkontribusi tinggi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian Ramadhan Maulana, Lina Aryani, Heni Narsiti 2021, menunjukkan bahwa Harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh. Maka dapat disimpulkan bahwa harga pada Laptop Asus di Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**c. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan pembelian**

Uji F (uji simultan) dilakukan untuk mengetahui variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Secara bersama sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) dengan signifikansi 0,05 jika nilai signifikan hasil lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Y), Artinya bahwa pengaruh antara variabel Kualitas Produk, Harga secara bersama sama terhadap keputusan pembelian (Y) pada Laptop Asus di Samarinda dengan demikian hipotesis diterima.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan hipotesis diterima dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda. Berdasarkan penelitian kualitas produk dan harga diketahui bahwa kualitas produk mengacu pada kinerja, spesifikasi, daya tahan serta daya tarik yang ada pada laptop Asus. Harga yang ada pada Laptop Asus sangat terjangkau dan sesuai dengan spesifikasi sehingga dapat bersaing dengan produk lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara bersama sama terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian Ramadhan Maulana, Lina Aryani, Heni Narsiti 2021, menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan harga pada Laptop Asus di Samarinda berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kualitas produk dan harga yang telah diterapkan lebih ditingkatkan lagi maka keputusan pembelian akan ikut meningkat. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda. Sehingga Hipotesis diterima. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin kuat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen Laptop Asus.
- b. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda. Sehingga Hipotesis di terima. Artinya semakin Terjangkau harga yang diberikan, maka semakin kuat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen Laptop Asus.
- c. Variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Samarinda. Sehingga hipotesis di terima. Artinya jika Kualitas Produk dan Harga bersama sama meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini , maka dapat disarankan:

1. Bagi perusahaan, dampak variabel Kualitas Produk dan Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan meningkatkan kualitas produk dan keterjangkauan harga. Hal ini dikarenakan bila terus ditingkatkan dari kualitas produk dan keterjangkauan harga dipastikan tingkat keputusan pembelian dapat lebih meningkat lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam peneliti ini agar dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambah faktor lainnya seperti variabel citra merek dan promosi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Laptop Asus.

## REFERENCES

- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Fandi, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip & Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2015. “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”. England : Pearson Education, Inc.
- Misbahuddin. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Priyatno, Dwi. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Soegiarto. 2018. *Metodologi Penelitian Dan Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Indo Camp.