

KUALITAS PRODUK MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI TAROGONG KALER KAB. GARUT

Moh Rizky Nugraha¹, Ramayani Yusuf², Wufron³

¹Manajemen, Ekonomi, Universitas Garut, Garut, Indonesia

²Manajemen, Ekonomi, Universitas Garut, Garut, Indonesia

³Manajemen, Ekonomi, Universitas Garut, Garut, Indonesia

24023121088@fekon.uniga.ac.id¹, ramayani.yusuf@unpar.ac.id², wufron@uniga.ac.id³

Abstract

The growth of technology is in line with the times, the use of sophisticated communication tools is increasing. Smartphones have become a very useful communication tool used in activities and have become a means of supporting community activities. Product quality has an important role for the company and is the main thing in developing a product. Consumers make purchasing decisions after going through various stages before deciding to make a purchase. The purpose of this research study is to find out what factors are related to product. The sampling technique distributed questionnaires to 100 respondents in the Tarogong Kaler area, Kab. Garut. Secondary data was obtained from previous research submitted by experts in the form of journal references, expert theories and library expert book references. Primary data comes from the result of a questionnaire sent to 100 respondents who have purchased iPhone smartphone products. The results of this research also state that iPhone products have good quality, therefore consumers are interested in iPhone products.

Keywords: iPhone; Product Quality; Purchasing Decisions.

Abstrak

Pertumbuhan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman semakin meningkat banyaknya penggunaan alat komunikasi canggih. Smartphone sudah menjadi alat komunikasi yang sangat berguna dipakai dalam suatu kegiatan dan menjadi sarana penunjang dalam aktivitas masyarakat. Kualitas produk memiliki peran penting bagi perusahaan dan menjadikan hal yang utama dalam mengembangkan suatu produk. Konsumen melakukan keputusan pembelian setelah melewati berbagai tahapan sebelum memutuskan untuk melakukan suatu pembelian. Tujuan dilakukannya kajian penelitian tersebut untuk mengetahui faktor apa saja yang terkait pada kualitas produk yang di mana faktor tersebut menyebabkan ketertarikan terhadap konsumen yang akan mempengaruhi pada keputusan pembelian produk tersebut. Teknik pengambilan sampel menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di wilayah Tarogong Kaler Kab. Garut. Data sekunder didapatkan pada penelitian terdahulu yang disampaikan oleh para ahli dalam bentuk referensi jurnal, teori-teori para ahli serta referensi buku-buku para ahli perpustakaan. Data primer berasal dari hasil kuesioner yang dikirimkan kepada 100 responden yang pernah membeli produk smartphone iPhone. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa produk iPhone memiliki kualitas yang baik oleh sebab itu konsumen tertarik pada produk iPhone.

Kata kunci: iPhone; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

Corresponding author: iki.rizky235@gmail.com¹.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis perusahaan sangatlah ketat pada era zaman sekarang. Maka dari itu perusahaan harus menciptakan suatu produk yang unggul dan berbeda dari pada pesaingnya (Astuti et al., 2019). Jika perusahaan tidak meningkatkan strateginya maka perusahaan akan tertinggal oleh para pesaingnya. (Saputra et al., 2021) Perusahaan juga harus beradaptasi terhadap perilaku konsumen karena kemajuan perusahaan tergantung dengan banyaknya kebutuhan konsumen (Pandensolang & N.Tawas, 2015).

Pertumbuhan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman semakin meningkat banyaknya penggunaan alat komunikasi canggih (Suryani & Batu, 2021). Smartphone sudah menjadi alat komunikasi yang sangat berguna dipakai dalam suatu kegiatan dan menjadi sarana penunjang dalam aktivitas masyarakat (Lelet et al., 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas maka diambil menjadi suatu penelitian yang menjelaskan mengenai, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada smartphone iPhone di daerah Tarogong Kaler Garut.

Tujuan dilakukannya kajian penelitian tersebut untuk mengetahui faktor apa saja yang terkait pada kualitas produk yang di mana faktor tersebut menyebabkan ketertarikan terhadap konsumen yang akan mempengaruhi pada keputusan pembelian produk tersebut.

KAJIAN PUSTAKA KUALITAS PRODUK

Bagi konsumen dalam memilih dan membeli produk harus mendasar pada kualitas produk (Lelet et al., 2022). Kualitas produk memiliki peran penting bagi perusahaan dan menjadikan hal yang utama dalam mengembangkan suatu produk (Pramularso, 2022).

Produk yang berkualitas serta strategi distribusi dan penetapan harga yang baik

merupakan suatu senjata yang unggul bagi perusahaan (Astuti et al., 2019). Kualitas produk berperan penting dalam menjamin pemeliharaan dan tetap menjadi prioritas utama perusahaan dalam mengelola operasionalnya (Pramularso, 2022).

Kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi konsumen (Apriani & Bahrin, 2021). Karena kualitas produk adalah suatu hal yang paling penting bagi konsumen, maka produsen harus menguji produk mereka secara menyeluruh. Akibatnya, pelanggan akan memilih produk yang lebih baik (Jansen et al., 2022).

Keunggulan kualitas dan keunikan produk menjadikan nilai dan keuntungan yang ditawarkan produsen kepada konsumen (Andriyani & Ardianto, 2020). Spesifikasi dan fitur iPhone secara konsisten diperbarui dan dikembangkan untuk mempertahankan statusnya sebagai smartphone tercanggih untuk memanjakan penggunaannya, yang merupakan bukti kualitasnya yang luar biasa (Suryani & Batu, 2021).

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Konsumen melakukan keputusan pembelian setelah melewati berbagai tahapan sebelum memutuskan untuk melakukan suatu pembelian (Astuti et al., 2019).

Setelah konsumen mengenal produk dan membuat keputusan untuk membeli produk tersebut, maka konsumen memasuki pada tahap keputusan pembelian (Pandensolang & N.Tawas, 2015). Proses pengambilan keputusan konsumen dapat dikatakan bahwa pembelian dimulai dengan mempelajari kebutuhan produk konsumen, kemudian mencari informasi yang tersedia oleh penjual dan akhirnya konsumen mendapatkan pilihan dan pertimbangan sesuai dengan kualitas produk yang baik (Apriani & Bahrin, 2021).

Keputusan konsumen untuk membeli sesuatu tidak terpengaruh oleh gaya hidup

mereka. Masyarakat yang awalnya berfikir bahwa mereka harus membeli sesuatu karena manfaatnya, karena itu masyarakat ingin membeli iPhone karena mereka dapat mengubah gaya hidup dan meningkatkan status sosial (Suryani & Batu, 2021).

Perilaku konsumen yang menyukai dan memiliki sikap positif terhadap suatu produk berulang kali disebut sebagai pembelian kembali (Saputra et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden dengan mencari data di Badan Pusat Statistik (BPS) wilayah tarogong kaler berdasarkan usia responden.

Baik jumlah ataupun karakteristik populasi terdiri yakni dari sampel (Sugiyono, 2015:118).

Sampel penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan rumus perhitungan *Slovin* dimana menghitung banyakna data responden pada wilayah tersebut serta memasukkan data tersebut dan menghitung menggunakan rumus *Slovin* dan populasi berjumlah 100 orang yang dijadikan sampel.

Penelitian ini menggunakan kedua data yaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder didapatkan pada penelitian terdahulu yang disampaikan oleh para ahli dalam bentuk referensi jurnal, teori-teori para ahli serta referensi buku-buku para ahli perpustakaan.

Data primer berasal dari hasil kuesioner yang dikirimkan kepada 100 responden yang pernah membeli produk smartphone iPhone.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa 5 variabel kualitas produk memiliki nilai korelasi item total yang lebih besar dari nilai r tabel. Oleh karena itu, nilai r tabel dianggap valid sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Validitas Kualitas Produk

Item n = 100	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keputusan
X1	0,608	0,2324	Valid
X2	0,735	0,2324	Valid
X3	0,653	0,2324	Valid
X4	0,629	0,2324	Valid
X5	0,639	0,2324	Valid

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024

Menurut output Statistika Reabilitas, nilai rasio bagian *Guttman Split-Half Coefficient* sebesar 0,811 lebih besar dari 0,2324 (r tabel), sehingga keputusan alat ukur dianggap reliabel sebagai berikut:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.768
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	.589
		N of Items	2 ^b
	Total N of Items		5
Correlation Between Forms			.757
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.862
	Unequal Length		.866
Guttman Split-Half Coefficient			.811

a. The items are: X1, X2, X3.

b. The items are: X3, X4, X5.

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa 5 variabel keputusan pembelian memiliki nilai korelasi item total yang lebih besar dari nilai r tabel. Oleh karena itu, nilai r tabel dianggap valid sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item n = 100	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keputusan
Y1	0,608	0,2324	Valid
Y2	0,735	0,2324	Valid
Y3	0,653	0,2324	Valid
Y4	0,629	0,2324	Valid
Y5	0,639	0,2324	Valid

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024

Menurut output Statistika Reabilitas, nilai rasio bagian *Guttman Split-Half Coefficient* sebesar 0,894 kurang dari dari 0,2324 (r tabel), sehingga keputusan alat ukur dianggap reliabel sebagai berikut:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.809
		N of Items	3 ^a
Alpha	Part 2	Value	.700
		N of Items	2 ^b
		Total N of Items	5
		Correlation Between Forms	.914
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.955
	Unequal Length		.957
		Guttman Split-Half Coefficient	.894

a. The items are: Y1, Y2, Y3.

b. The items are: Y3, Y4, Y5.

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20844191
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.067
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

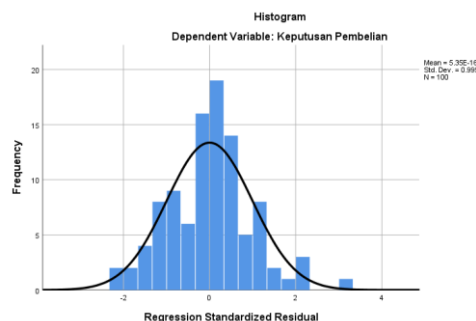
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

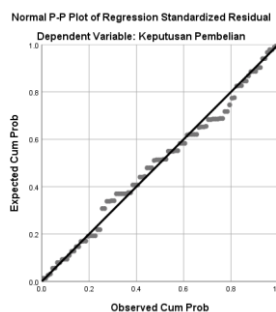
Sumber: SPSS *Statistic*, 2024

Nilai Kolmogorov-Smirnov Z (K hitung) sebesar 0,081 kurang dari nilai K tabel (0,121) atau nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,100 lebih dari nilai alpha sebesar 0,05 menunjukkan bahwa nilai Residuak Standar didistribusikan secara normal atau data berdistribusi normal.



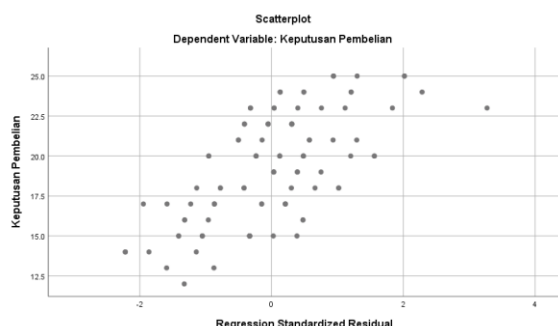
Gambar 1 Histogram Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024



Gambar 2 P-Plot Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS *Statistic*, 2024



Gambar 3 Scatterplot Keputusan Pembelian
Sumber: SPSS Statistic, 2024

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Sangat penting bagi perusahaan untuk menarik minat pelanggan untuk melakukan sebuah pembelian baik itu kualitas barang maupun kualitas fitur produk yang akan digunakan oleh konsumen. Jika kualitas diunggulkan maka konsumen akan melakukan pembelian pada produk tersebut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden banyak menunjukkan bahwa kualitas produk lebih baik meskipun harga smartphone tersebut relatif cukup mahal mengenai harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli smartphone iPhone. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa produk secara parsial memiliki kualitas yang baik dan konsumen tertarik karena kualitas iPhone sudah terbukti dari masa ke masa.

KESIMPULAN DAN SARAN

iPhone dikenal sebagai smartphone dengan produk kualitas tinggi dan produk smartphone yang sangat baik termasuk desain yang elegan serta fitur yang menjadi pembeda diantara smartphone lainnya. Kualitas kejernihan kamera membuat konsumen di Tarogong Kaler menjadi faktor penting yang menjadi daya tarik melakukan keputusan pembelian terhadap smartphone iPhone.

Merek yang sudah terkenal menjadi daya tarik kepercayaan masyarakat terhadap pembelian produk iPhone. Secara keseluruhan, kualitas produk yang tinggi sangat mempengaruhi keputusan pembelian

iPhone di Tarogong Kaler, Kab. Garut yang dimana konsumen cenderung memilih iPhone karena kepercayaan terhadap merek, inovasi teknologi, dan pengalaman pengguna yang positif.

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan konsumen iPhone dapat merekomendasikan mengenai manfaat mempunyai iPhone yang dimana fitur serta kualitas produk yang tidak diragukan lagi. Maka dari itu jika ingin membeli sebuah smartphone disarankan untuk mengetahui spesifikasi mengenai perangkat tersebut, serta mengeluarkan biaya yang relatif mahal karena kualitas iPhone tidak harus diragukan ada barang ada harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2, 14–25.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). PENGARUH EKUITAS MEREK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT 2019-2020. *Jurnal EMBA*, 10, 279–288.
- Lelet, P. S., Lumanauw, B., & Lintong, D.

- C. A. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Manzone Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA, 10*, 1590–1599.
- Pandensolang, J. D., & N.Tawas, H. (2015). Pengaruh Difer.,ensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal Emba, 3*, 1113–1124.
- Pramularso, E. Y. (2022). PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125. *Jurakunman., 15*,56–63.
www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id%0AISSN
- Renaldi, D. (2021). Pengaruh Layanan Go Food Dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Di PT Evis Mandalia Anugrah (Kopi Kohi). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4*(1), 194-203.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen, 1*(1), 32–38. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME : Journal of Management, 4*(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>