



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO

*The Effect Of Price And Product Quality On Student Satisfaction Of
OPPO Smartphone Users*

Irawati Nur¹, Arfandy Dinsar²

Email : irawatinur77@gmail.com ¹⁾, fandy.dinsar@gmail.com ²⁾

ASM Amsir Parepare/STIE Amsir Parepare
Jln. Andi Sapada No. 11 Parepare

Abstract

This study aims to examine the effect of the price and product quality partially and simultaneously on student satisfaction using OPPO smartphones. The analysis method used is validity test, reliability test, multiple linear regression, partial test, simultaneous test, determination test (R-square). The data collection method used is by using a questionnaire that has been distributed to respondents. The population in this study was all STIE Amsir Parepare students who use OPPO smartphones. As for the research sample using the Tabachinik and Fidel sample technique, namely by multiplying the number of independent variables by 10-25. For the number of samples to be more proportional, the number of samples taken is 50 samples of students using OPPO brand smartphones. The results of the study show that price and product quality have a joint and significant influence on student satisfaction using the OPPO brand smartphone.

Keywords: Price, Product Quality, Student Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap kepuasan mahasiswa yang menggunakan *smartphone* OPPO. Metode Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, uji determinasi (R-square). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuisisioner yang telah dibagikan kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIE Amsir Parepare yang menggunakan *smartphone* OPPO. Sedangkan untuk sampel penelitian menggunakan *teknik Tabachinik dan Fidel* sampel, yakni dengan cara mengalikan jumlah variabel independen dengan 10-25. Agar jumlah sampel menjadi lebih proporsional, maka jumlah sampel yang diambil adalah 50 orang sampel mahasiswa yang menggunakan *smartphone* merek OPPO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang menggunakan *smartphone* merek OPPO.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perusahaan yang mampu memahami apa keinginan dan kebutuhan dari konsumen, maka merekalah yang akan memenangkan persaingan. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif agar melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian ulang. Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari suatu konsumen pada pasar sasarannya.

Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang bersaing merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, akan tetapi alasan psikologis akan menunjukkan bahwa harga justru menunjukkan indikator kualitas dan dapat dirancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument persaingan yang menentukan.

Agar dapat memenuhi keinginan konsumen, perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk perusahaan lain yang sejenis. Kualitas produk barang atau jasa memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen yang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Smartphone merupakan produk elektronik yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat banyak. Smartphone merupakan media yang digunakan untuk memenuhi berbagai banyak hal terutama sebagai alat berkomunikasi, browsing/internetan, bermain game, menonton video, video call, dan saat sekarang ini orang banyak mengabadikan moment-moment kebersamaannya melalui kehandalan kamera dari smartphone miliknya, dan lain-lainnya. Dalam perkembangannya, smartphone tidak hanya digunakan seperti apa yang disebutkan diatas tetapi smartphone juga menjadi pelengkap gaya hidup orang saat ini dan menjadi tren agar tidak dikatakan ketinggalan zaman atau gaptak.

Munculnya kenyataan bahwa harga yang ditetapkan oleh produsen OPPO mampu bersaing dengan produk ternama lainnya, harganya pun sesuai dengan manfaat yang diberikan, dapat dijangkau oleh konsumen menengah kebawah, kemudian kualitas produk yang dimiliki mampu bersaing dengan produk ternama dari merek lain, memiliki umur ekonomis yang lama, fitur yang dimiliki oleh produk pesaing juga telah dimiliki OPPO yang pada dasarnya dapat membangun suatu nilai kepuasan terhadap konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di STIE Amsir Parepare Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Amsir Parepare Tahun Akademik 2018-2019 yang menggunakan smartphone merek OPPO. Pengambilan sampel dengan teknik Tabachnik dan Fidel adalah jumlah variabel independen dikalikan dengan 10-25. Jumlah variabel independen dalam penelitian ini adalah 2, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan berada pada kisaran 20-50. Agar jumlah sampel menjadi lebih proporsional, maka jumlah sampel yang diambil adalah 50 orang sampel mahasiswa yang menggunakan smartphone merek OPPO. Untuk analisis data yang digunakan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linear Berganda, Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), Koefisien determinasi (R_{Square})

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuisisoner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

Indikator	Korelasi	r tabel	Keterangan
Harga			
Indikator 1	0,505	0,279	Valid
Indikator 2	0,717	0,279	Valid
Indikator 3	0,666	0,279	Valid
Indikator 4	0,750	0,279	Valid
Indikator 5	0,651	0,279	Valid
Indikator 6	0,592	0,279	Valid
Indikator 7	0,663	0,279	Valid
Kualitas Produk			
Indikator 1	0,737	0,279	Valid
Indikator 2	0,769	0,279	Valid
Indikator 3	0,812	0,279	Valid
Indikator 4	0,701	0,279	Valid
Indikator 5	0,718	0,279	Valid
Indikator 6	0,699	0,279	Valid
Indikator 7	0,773	0,279	Valid
Kepuasan			
Indikator 1	0,540	0,279	Valid
Indikator 2	0,818	0,279	Valid
Indikator 3	0,586	0,279	Valid
Indikator 4	0,684	0,279	Valid
Indikator 5	0,701	0,279	Valid
Indikator 6	0,652	0,279	Valid
Indikator 7	0,737	0,279	Valid

Sumber : Data primer

Dari output dapat diketahui nilai korelasi tiap item dengan skor total pada Tabel 1 nilai *Pearson Corelation* menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,279$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

2. Hasil Pengujian Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha*, Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6.

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga	0,758	Reliabel / dapat diterima
Kualitas Produk	0,783	Reliabel / dapat diterima
Kepuasan Konsumen	0,767	Reliabel / dapat diterima

Sumber : Data primer

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai *CronbachAlpha* yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut reliabel atau hasilnya akan konsisten jika diukur ulang.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan maksud dan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel harga dan kualitas produk secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone OPPO.

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,501	2,746		3,095	,003
1 Harga	,160	,146	,171	1,097	,002
Kualitas	,502	,137	,572	3,661	,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Data primer

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil *standardized coefficients* tersebut, persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 8,501 + 0,160X_1 + 0,502X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koefisien regresi variabel harga mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,160 dan bernilai positif. Setiap kenaikan variabel harga sebesar 1, maka diikuti kenaikan kepuasan sebesar 0,160.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk memiliki nilai beta sebesar 0,502 dan bernilai positif. Setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1, maka diikuti dengan kenaikan kepuasan sebesar 0,502.

4. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh *variabel independen* secara parsial terhadap *variabel dependen*. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,501	2,746		3,095	,003
1 Harga	,160	,146	,171	1,097	,002
Kualitas	,502	,137	,572	3,661	,001

a. *Dependent Variable: KEPUASAN*

Sumber : Data primer

Berdasarkan hasil uji parsial :

- a. untuk variabel harga diperoleh $t_{hitung} = 1,097$ lebih besar dari $t_{tabel} = 0,679$, kemudian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berarti $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada signifikan harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial.
- b. untuk variabel kualitas produk diperoleh $t_{hitung} = 3,661$ lebih besar dari $t_{tabel} = 0,679$ kemudian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang jauh lebih kecil dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa ada signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

5. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan regresi secara simultan dapat dilihat pada tabel 5 :

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi secara Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	304,239	2	152,120	23,945	,000 ^b
Residual	298,581	47	6,353		
Total	602,820	49			

a. *dependent variable: kepuasan*

b. *predictors: (constant), kualitas, harga*

Sumber : Data primer

Pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 23,945 dengan signifikansi sebesar 0,000 $< 0,05$. Hal ini berarti bahwa harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang menggunakan smartphone merek OPPO.

6. Uji Koefisien Determinasi R² (R Square)

Analisis R² (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,505	,484	2,520

a. Predictors: (Constant), kualitas, harga
Sumber : Data primer

Hasil perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa *R square* yang diperoleh sebesar 0,505. Hal ini berarti 50,5% kepuasan pengguna smartphone OPPO dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk dari OPPO sendiri. Sedangkan sisanya yang sebesar 49,5%, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan hasil yang memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam penelitian ini, hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang menggunakan smartphone OPPO pada STIE Amsir Parepare. Hal ini disebabkan Konsumen memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk begitu pula dengan kualitas produk jika nilai yang dirasakan konsumen memenuhi harapan mereka, maka konsumen akan merasa puas dan diharapkan kembali membeli produk tersebut.

SIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga (X_1) diperoleh $t_{hitung} = 1,097$ lebih besar dari $t_{tabel} = 0,679$, kemudian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berarti $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. kualitas produk (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 3,661$ lebih besar dari $t_{tabel} = 0,679$ kemudian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang jauh lebih kecil dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa ada signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Ada pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan Mahasiswa STIE Amsir Parepare yang menggunakan smartphone OPPO sebesar 50,5%, sedangkan sisanya sebesar 49,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : BP Undip.
- Julianto, Andre. (2014). Skripsi. *Pengaruh Kualitas dan Harga produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna OPPO Joy pada Afifah Cell Semarang*.
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, Yogyakarta : BPF
- Kasmadi, Sunaira Nia Siti. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Alfabeta

- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Indeks
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Jakarta : Salemba Empat
- Munadi, Fandi Ahmad. (2012). Skripsi *Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Samsung Galaxy Series pada Toko Galaxy Cell*.
- Nugroho, Eriyanto Prastyo. (2011). *Jurnal Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook ACER (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*
- Priyatno Duwi. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, Yogyakarta : Gava Media
- Setyaningrum Ari, Udaya Jusuf, Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta : Andi
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta : Andi
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : Alfabeta
- Swasta, Basu, Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Widajono, Agus. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Yamit, Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Jakarta Timur : Ekonisia