

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY DI KOTA BANDUNG

Stephanus Agung Prasetyo¹, Kristina Sisilia², St.³

¹Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

Abstrak

Perkembangan zaman saat ini digambarkan dengan perkembangan industri, salah satunya adalah telekomunikasi. Samsung merupakan salah satu industri telekomunikasi dari berbagai macam industri telekomunikasi yang ada saat ini, dengan produknya Samsung Galaxy yang merupakan ponsel pintar. Masyarakat pada umumnya dalam membeli sebuah barang/jasa, selalu melihat dari bagaimana manfaat dan keuntungan dari produk yang ditawarkan serta dengan harga atau nilai seberapa besar yang mereka dapat tukarkan dengan produk tersebut. Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan jasa tersebut. Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen berhenti dalam mencari dan berhenti melakukan evaluasi untuk membuat keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif-kausal. Pada penelitian ini penulis menggunakan 2 variabel independen yaitu produk dan harga, dan 1 variabel yaitu proses keputusan pembelian. Penelitian di uji dengan uji asumsi klasik, validitas dan reliabilitas. Analisis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian, penulis menggunakan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis menggunakan uji-f untuk menguji pengaruh simultan dari produk dan harga terhadap keputusan pembelian, dan uji-t untuk menguji pengaruh signifikansi parsial antara produk terhadap proses keputusan pembelian dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, produk berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy, dengan nilai thitung 3,796 > ttabel 1,980 dan variabel harga juga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy dengan nilai thitung 12,134 > ttabel 1,980, secara simultan produk dan harga dilihat dari uji Anova, diperoleh Fhitung > Ftabel yaitu 285,331 > 3,09. Maka disimpulkan bahwa variabel produk dan harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan bahwa produk dan harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy sebesar 0,855 atau sebesar 85,5% dan sisanya sebanyak 14,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain produk dan harga, yaitu seperti promosi, tempat dan faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Kata kunci : Produk, Harga, Keputusan Pembelian, smartphone Samsung Galaxy

Telkom
University

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Tinjauan Objek Penelitian

1.1.1. Gambaran Umum Samsung dan Samsung Galaxy

Berawal dari bisnis ekspor kecil di Taegu, Korea, Samsung telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan elektronik terkemuka di dunia. Kini proses dan produk inovatif yang berkualitas, Samsung telah diakui di dunia. Samsung beroperasi di 6 bidang bisnis, yaitu telekomunikasi (telepon genggam dan jaringan), Peralatan Rumah Tangga Digital (termasuk mesin cuci, oven gelombang mikro, kulkas, pemutar VHS dan DVD, dll), media digital, LCD, semikonduktor, dan kendaraan bermotor (Termasuk alat berat). Itu semua menjadi tonggak utama dalam sejarah Samsung, menunjukkan bagaimana perusahaan ini telah mengembangkan jajaran dan pencapaian produknya, meningkatkan pendapatan dan saham pasarnya. (<http://www.samsung.com>, diakses pada 17-09-2013). Berikut ini adalah logo samsung :



Gambar 1.1
Samsung

Sumber : www.samsung.com

Samsung Galaxy merupakan salah satu produk Samsung dalam bidang telekomunikasi di kelas *smartphone*. Pada awalnya, Samsung bekerja sama dengan pihak Google.Inc untuk mengusung produk ini, dan membentuk *smartphone* dengan operating system yang dinamakan *Android*.

Kesuksesan Samsung di dunia *smartphone* dimulai pada bulan 27 April 2009. Saat itu, Samsung meluncurkan telepon selular Android pertamanya, yakni Samsung i7500. Selanjutnya, keberhasilan Samsung dalam *platform Android*

dimulai dengan peluncuran Samsung Galaxy S. Handphone ini diluncurkan oleh Samsung pada Maret 2010. Tingkat penjualan handphone ini pun cukup tinggi. Pada Januari 2011, Samsung berhasil menjual handphone ini sebanyak 10 juta unit. Keberhasilan tersebut pun merembet pada suksesor dari Galaxy S. Di antaranya adalah Samsung Galaxy S II dan Samsung Galaxy S III. Tak hanya itu, beberapa handphone Galaxy lainnya pun memperoleh sambutan tinggi di pasaran. Di antaranya adalah Samsung Galaxy Mini, Samsung Galaxy Young serta Samsung Galaxy Note (sumber: <http://www.beritateknologi.com> diakses pada 06-05-2013). Berikut ini merupakan logo salah satu produk Samsung Galaxy :



Samsung
GALAXY S

Gambar 1.2
Samsung Galaxy

Sumber : <http://commons.wikimedia.org>

Samsung Galaxy memiliki *feature* yang berbeda disetiap versinya. *Feature* Samsung Galaxy yang secara umum yang diterapkan dalam *smartphone* nya adalah sebagai berikut :

1. Open Source

Aplikasi Android dibuat dengan framework yang gratis dan juga dapat membuat OS Android dengan keinginan kita sendiri dan memperbaiki OS Android yang sudah ada.

2. Multitasking

Ponsel ini dapat menjalankan berbagai aplikasi secara bersamaan.

3. Notifikasi

Sebuah tanda pemberitahuan baik itu SMS, Twitter, Facebook, Email. Semua tanda ada di layar utama.

4. Aplikasi Google

Tersedia beragam aplikasi dari Google, seperti Gtalk, Gmail dan Map.

5. Swype

Fitur yang memudahkan untuk menekan tombol touchscreen secara cepat dan tepat.

6. Widget

Pada layar utama Android terdapat widget yang memudahkan mengakses aplikasi Android, tidak hanya berupa shortcut namun dapat juga melakukan sesuatu seperti menampilkan status terbaru Facebook dan Twitter, atau melihat cuaca saat ini.

7. Android Market

Terdapat ratusan ribu aplikasi yang bisa diunduh baik itu gratis atau berbayar.

8. Thinkfree

Fitur yang memudahkan kita mengubah dan membuat dokumen *office*, seperti *Word*, *Excel* dan *Power Point*.

Adapun beberapa seri Samsung Galaxy yang telah beredar di pasaran saat ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.3

Seri Samsung Galaxy

Sumber : <http://www.rajahape.com>

Seri Samsung Galaxy pada gambar diatas, merupakan sebagian dari banyaknya seri yang beredar. Setiap serinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan

harga yang *variatif*, karena setiap seri dari Samsung Galaxy memiliki segmentasi yang berbeda.

Seri Samsung Galaxy yang ditujukan pada usia remaja adalah Samsung Galaxy Young, Samsung Galaxy Fame, dan Samsung Galaxy Star. Tiga seri Samsung Galaxy tersebut memiliki kelebihan masing-masing yang menyesuaikan dengan kebutuhan komunikasi anak remaja pada saat ini. Samsung Galaxy Fame dengan kamera 5 *megapixel* nya, Samsung Galaxy Star dengan *dual-simcard* nya, dan Samsung Galaxy Young yang lebih mengoptimalkan koneksi cepat nya dengan fitur canggih.

Samsung Galaxy Note merupakan *smartphone* yang menggabungkan mobilitas handphone dengan performa tablet menjadi satu. *Smartphone* seri ini cocok digunakan oleh konsumen dengan mobilitas dan kebutuhan yang tinggi, seperti konsumen dengan kegiatan bisnisnya.

Pada seri Samsung Galaxy S, Samsung membekali spek dan performa yang tinggi dari awal produknya Samsung Galaxy S, S2, S3, dan sampai saat ini telah dikeluarkan Samsung Galaxy S4. Samsung Galaxy seri S diperuntukkan bagi para pengguna yang sangat mementingkan kualitas dan kemampuan yang tinggi dalam berkomunikasi.

Banyaknya seri Samsung Galaxy, memberikan sebuah pilihan bagi calon konsumen. Dengan demikian, calon konsumen dapat memilih seri Samsung Galaxy sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan membelinya.

1.2.Latar Belakang Masalah

Perkembangan telekomunikasi pada saat ini, didorong oleh kebutuhan konsumen akan komunikasi yang lebih efektif. Dari kalangan menengah hingga kalangan atas ingin memiliki komunikasi yang cepat tanpa terganggu akan proses berjalannya komunikasi. Dengan perkembangan ini, industri telekomunikasi semakin berlomba untuk memberikan yang terbaik demi kepuasan pasar, sehingga semakin banyak produk telepon genggam yang beralih menjadi produk telepon cerdas dengan keistimewaan dan kualitas yang berbeda.

Telepon cerdas (*smartphone*) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti telepon cerdas. Bagi beberapa orang, *smartphone* merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Dengan kata lain, *smartphone* merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon. (<http://id.wikipedia.org>, diakses pada 06-05-2013).

Semakin banyak *smartphone* yang beredar di pasar pada segmen telekomunikasi, beberapa diantaranya yaitu Blackberry, Samsung Galaxy, Sony Xperia, Nokia Lumia, HTC dan masih banyak lagi. Mereka menghadirkan keistimewaan, kualitas, dan rancangan yang berbeda-beda, yang dapat menjadi ciri khas dan keunggulan dari setiap produk.

Perusahaan telepon genggam yang saat ini sedang di 'lirik' oleh masyarakat Indonesia adalah Samsung. Samsung (telekomunikasi) adalah salah satu dari lima unit divisi bisnis perusahaan Samsung. Unit ini terdiri dari divisi telepon genggam, sistem telekomunikasi, komputer dan bisnis MP3.

Di tahun 2012 *Smartphone* Samsung berhasil duduk di posisi pertama dengan proporsi sebesar 28 persen. Sementara itu Apple berada di posisi kedua dengan persentase sebesar 20 persen. Sementara itu Nokia duduk di tempat ketiga dengan prosentase sebesar 5 persen. Grafik riset tersebut digambarkan pada sebuah table berikut :

Tabel 1.1
 Preliminary Forecast of Top-5 Smartphone Handset
 OEMs in 2012 (Ranking by Global Unit Shipments)

No.	Company	2011	2012
1	Samsung	20%	28%
2	Apple	19%	20%
3	Nokia	16%	5%
4	HTC	9%	5%
5	RIM	11%	5%

Source : HIS iSuppli December 2012
 (<http://www.beritateknologi.com>, diakses pada 06-05-2013)

Dalam memilih dan membeli sebuah *handphone* maupun *smartphone*, secara umum konsumen melihat terlebih dahulu harga dan spesifikasi dari *smartphone* tersebut. Berikut ini ditampilkan tabel perbandingan harga dan spesifikasi untuk Samsung Galaxy S4 dengan Sony Xperia Z yang pada saat ini kedua *smartphone* tersebut merupakan keluaran terbaru dari masing-masing vendor, yaitu Samsung dan Sony.

Tabel 1.2
 Perbandingan

Perbandingan	Sony Xperia Z	Samsung Galaxy S4
Harga	Rp 6.900.000,-	Rp 6.750.000,-
Spesifikasi	Jaringan: GSM (850/900/1800/1900 MHz), HSDPA (850/900/2100 MHz) HSDPA (850/900/1700/1900/2100 MHz), LTE (800/850/900/1800/2100/2600 MHz) - GPRS 107 Kbps, EDGE 296 Kbps, HSDPA 42 Mbps, HSUPA 5.8 Mbps Dimensi: Tinggi 139 mm, Lebar 71 mm, Tebal 7.9 mm, Bobot 146 gram Layar: TFT Capacitive TouchScreen 16 juta Warna, ukuran 5 inch, resolusi 1920x1080px, densitas layar ~441ppi	Jaringan : GSM 850 / 900 / 1800 / 1900 HSDPA 850/900/1900/2100 HSDPA 850/1900/2100 LTE 800/850/900/1800/2100/2600 LTE 700 MHz Class 17/1700/2100 - HSDPA, 42.2 Mbps; HSUPA, 5.76 Mbps Dimensi : Tinggi 136.6 mm, lebar 69.8 mm, tebal 7.9 mm, bobot : 130 gram Layar : Super AMOLED capacitive touchscreen, 16M colors Size 1080 x 1920 pixels, 5 inch (~441 ppi pixel density) Kamera : 13 MP, 4128 x 3096

Perbandingan	Sony Xperia Z	Samsung Galaxy S4
	<p>Kamera: Kamera utama 13 MP Exmor RS, Flash, AutoFocus, Geo-tagging, dll. Video full HD 1080p. Kamera depan 2 MP</p> <p>Sistem Operasi: Google Android 4.1 (Jelly Bean), siap diupgrade ke versi 4.2</p> <p>Prosesor: Quad-core 1.5 GHz Krait</p> <p>Memori: RAM 2 GB, Internal 16 GB, Eksternal hingga 32 GB</p> <p>Konektivitas: Wi-Fi 802.11 a/b/g/n, Wi-Fi Direct, DLNA, Wi-Fi hotspot, Bluetooth v4.0 with A2DP, microUSB v2.0 (MHL)</p> <p>Baterai: Li-Ion 2330 mAh</p>	<p>pixels, autofocus, LED flash, Dual Shot, Simultaneous HD video and image recording, geo-tagging, touch focus, face and smile detection, image stabilization. Kamera depan 2 MP</p> <p>Sistem Operasi : Android OS, v4.2.2 (Jelly Bean)</p> <p>Prosesor : Quad-core 1.6 GHz Cortex-A15 & quad-core 1.2 GHz Cortex-A7</p> <p>Memori : RAM 2 GB, Internal 16 GB, Eksternal hingga 64 GB.</p> <p>Konektivitas : Wi-Fi 802.11 a/b/g/n/ac, dual-band, DLNA, Wi-Fi Direct, Wi-Fi hotspot Bluetooth v4.0 with A2DP, EDR, LE, microUSB v2.0 (MHL 2), USB On-the-go, USB Host</p> <p>Baterai: Li-Ion 2600 mAh</p>
Sumber	http://www.grandcellular.co.id diakses pada 20-09-2013	http://www.grandcellular.co.id diakses pada 20-09-2013

Dari tabel diatas, bila dilihat dari spesifikasi, bobot Samsung Galaxy S4 lebih ringan daripada Sony Xperia Z, lalu dalam segi memori, Samsung Galaxy S4 dapat menambahkan memori lebih lega dengan kapasitas maksimal 64GB sedangkan Sony Xperia Z memiliki maksimal 32GB, dan pada segi baterai, Samsung Galaxy S4 memiliki daya yang lebih besar 270 mAh, sehingga dapat mempertahankan kondisi *handheld* dalam keadaan hidup lebih lama dengan proses kerja yang sama jika dilakukan pada Sony Xperia. Ada pula perbandingan dari Samsung Galaxy S4 dengan Sony Xperia Z dilihat dari hasil foto, dengan ukuran *megapixel* yang sama. Berikut perbandingan foto dari keduanya :



Gambar 1.4
Perbandingan Foto Samsung dan Sony

Sumber : <http://gadget.lintas.me>

Pada tingkat pencahayaan yang sama, hasil foto Samsung Galaxy S4 menghasilkan objek langit yang lebih cerah, bila dibandingkan dengan Sony Xperia Z.

Semakin banyak merek dan spesifikasi yang ditawarkan oleh produk, dan harga yang ditawarkan pun beragam. Mulai dari harga yang terjangkau, yang sesuai dengan kualitas, sampai harga yang cukup tinggi karena didasarkan pada brand yang sudah melekat pada suatu produk tersebut.

Samsung Galaxy memiliki harga yang cukup terjangkau bagi konsumen menengah, dan menengah ke atas. Berdasarkan perbedaan seri dan spesifikasinya, Samsung Galaxy juga memiliki harga yang bervariasi. Dari harga yang terjangkau, sampai dengan yang cukup tinggi dengan versi terbaru nya. Samsung menyesuaikan apa yang dibutuhkan oleh *smartphone users*.

Jika dilihat dari segi harga pada perbandingan di atas, Samsung Galaxy memiliki harga di bawah Sony Xperia, yang secara umum spesifikasinya hampir sama, bahkan ada beberapa point yang menjadi keunggulan Samsung Galaxy. Dalam perbandingan ini, penulis mengasumsikan bahwa Samsung Galaxy memiliki beberapa fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, yang memuaskan dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya.

Dalam sebuah observasi kecil pada konsumen pengguna Samsung Galaxy, penulis pun mengasumsikan bahwa Samsung Galaxy memiliki potensi yang lebih unggul ketimbang produk *smartphone* lainnya. Mereka yang sudah menggunakan

Samsung Galaxy merasa puas dengan apa yang dimiliki oleh *smartphone* ini. Salah satu keunggulannya yaitu, Samsung Galaxy memberikan layar yang lebih lebar, dan tajam, dengan kualitas hasil foto dari kamera yang lebih baik dari kompetitornya. Lalu dari segi harga mereka juga menyebutkan bahwa Samsung Galaxy merupakan *smartphone* yang memiliki harga yang sesuai dengan kualitas, dan lebih murah bila dibandingkan dengan telepon cerdas lainnya.

Banyak pertimbangan yang dipikirkan oleh konsumen sebelum membeli produk barang/jasa. Beberapa diantaranya yaitu pertimbangan akan produk yang akan dibeli, dengan menyesuaikan keinginan, kebutuhan dan manfaat apa yang akan diperoleh setelah membeli produk tersebut, serta harga yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut dengan menyesuaikan kemampuan membeli (Tjiptono 2008:152). Setelah semua nya sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan untuk membeli, barulah konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Samsung Galaxy menawarkan beberapa serinya dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan, serta kemampuan konsumen dalam membeli produknya.

Dengan fenomena kejadian tersebut, penulis ingin melihat seberapa besar peluang proses pengambilan keputusan bagi konsumen untuk memilih produk Samsung Galaxy dilihat dari segi produk dan harga. Kajian yang akan di lakukan oleh penulis adalah “**Pengaruh Produk dan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone merek Samsung Galaxy di kota Bandung**”.

1.2. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana produk dan harga yang ditawarkan oleh Smartphone Samsung Galaxy di kota Bandung?
2. Bagaimana keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy di kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh produk terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung?

4. Seberapa besar pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh produk dan harga *smartphone* Samsung Galaxy terhadap Keputusan Pembelian di kota Bandung?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Melihat rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui produk dan harga yang ditawarkan oleh *Smartphone* Samsung Galaxy di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di Kota Bandung.
3. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh produk terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di Kota Bandung.
4. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di Kota Bandung.
5. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh produk dan harga *smartphone* Samsung Galaxy terhadap keputusan pembelian di Kota Bandung.

1.4. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan dapat terfokus pada topic penelitian yang akan dilakukan, maka penulis memberikan batasan masalah pada kajian ini. Adapun batasan masalah yang di tentukan oleh penulis yaitu penelitian dilakukan kepada konsumen yang telah membeli dan menggunakan *handphone* Samsung Galaxy berbasis Android.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan,
Bagi Perusahaan bermanfaat untuk dapat menentukan suatu langkah kedepannya yang harus dilakukan, guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Bagi Penulis,

Mengetahui perkembangan minat Handphone Samsung Galaxy berbasis Android di daerah Bandung di lihat dari segi produk dan harga.

3. Bagi Pihak Lain,

Diharapkan hasil kajian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Samsung dalam mengembangkan produk dan memberikan harga yang terjangkau bagi masyarakat Indonesia., terutama di Bandung.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembacaan dan menganalisa hasil kajian ini maka penulis membuat urutan penulisan sebagai berikut :

1. Bab I - Pada bab ini penulis memberikan gambaran tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan dan manfaat penulisan, batasan masalah serta sistematika penulisan.
2. Bab II - Dalam menganalisa penelitian ini maka penulis berpegang kepada teori yang pernah penulis ketahui. Termasuk didalamnya kajian pustaka dan penelitian – penilitan terdahulu.
3. Bab III - Penulis menggambarkan metode penelitian, lokasi, jenis penelitian, melakukan penelitian di salah satu gerai Samsung yang ada di Bandung, dan dalam bab ini dilukiskan.
4. Bab IV - Penulis melakukan analisa dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menerapkan landasan teori dengan penelitian.
5. Bab V - Menggambarkan kesimpulan dari penulisan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu penjelasan produk dan harga dari *smartphone* Samsung Galaxy, proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy serta pengaruh dari produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung. Maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Rata-rata skor untuk tanggapan responden akan produk *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung adalah 78,83%. Ini menunjukkan bahwa tanggapan responden baik mengenai produk Samsung Galaxy.
2. Rata-rata skor untuk tanggapan responden akan harga *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung adalah 80,79% .Ini menunjukkan bahwa responden menilai harga Samsung Galaxy di kota Bandung sudah baik.
3. Rata-rata skor untuk tanggapan responden mengenai proses keputusan pembelian yang dilakukan dalam membeli *smartphone* Samsung Galaxy adalah 79,92%. Ini menunjukkan bahwa dalam proses keputusan pembelian, responden telah menanggapi Samsung Galaxy dengan baik.
4. Pengaruh produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung secara simultan adalah sebagai berikut, yaitu bahwa produk dan harga berpengaruh besar terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung, dengan melihat hasil dari Fhitung (285,331) > Ftabel (3.09).
5. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda, peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dari produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung. Pengaruh terbesar berasal dari harga *smartphone* Samsung Galaxy, yaitu dengan nilai koefisien regresi 0,862 atau sebesar 86,2% lalu

diikuti dengan produk *smartphone* Samsung Galaxy dengan nilai koefisien regresi 0,143 atau sebesar 14,3%.

6. Berdasarkan koefisien determinasi dapat ditunjukkan bahwa produk dan harga dari *smartphone* Samsung Galaxy di kota Bandung, dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen di kota Bandung dengan persentase sebesar 85,5%, dan sisanya sebesar 14,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya selain produk dan harga.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran bagi perusahaan Samsung, khususnya untuk wilayah kota Bandung, agar dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan dikemudian hari. Dengan demikian perusahaan dapat mengerti bahwa produk dan harga dari produknya Samsung Galaxy, berpengaruh cukup besar bagi proses keputusan pembelian di kota Bandung.

1. Bila dilihat dari variabel produk, produk Samsung Galaxy dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian bagi konsumen *smartphone* di kota Bandung. Jika dilihat dari rata-rata skor untuk produknya, untuk dimensi mudah diperbaiki dari Samsung Galaxy memiliki skor terkecil, sehingga perusahaan dapat menyebarkan sparepart atau aksesoris lebih banyak lagi, ke setiap gerai Samsung, agar ketika konsumen mengklaim garansi *smartphone* nya, konsumen tidak menunggu terlalu lama yang dikarenakan sparepart atau aksesoris harus mengambil di luar daerah kota tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen lebih baik lagi. Untuk dimensi keandalannya, memiliki skor terkecil kedua setelah kemudahan dalam memperbaiki Samsung Galaxy. Pada dimensi ini, perusahaan dapat mengoptimalkan perangkat lunak yang sudah tersemat di dalam *smartphone* nya, agar dalam proses kerja *smartphone* tidak melambat walaupun digunakan dalam keadaan sibuk.

2. Bila dilihat dari variabel harga, harga Samsung Galaxy dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian bagi konsumen *smartphone* di kota Bandung. Pada dimensi peranan alokasi dari harga, memiliki nilai skor total yang lebih kecil dari peranan informasi dari harga. Ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menyesuaikan harga dengan karakteristik konsumen selain dari manfaat produknya, karena dengan demikian, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli *smartphon* Samsung Galaxy bila dibandingkan dengan *smartphone smartphone yang lainnya*.
3. Samsung harus terus melakukan inovasi, agar dalam persaingan produk *smartphone* nya tetap menjadi pilihan bagi konsumen di Indonesia, khususnya di kota Bandung.

5.2.2. Saran Bagi Penelitian

1. Karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh penulis, maka penulis hanya dapat memperoleh responden sebanyak 100 orang. Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar dapat mengumpulkan data dari responden lebih banyak dari penelitian ini, agar hasilnya dapat lebih optimal, dan juga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitiannya sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih lengkap.
2. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti lain dapat menambahkan faktor-faktor lain selain produk dan harga. Dikarenakan keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh produk dan harga, tetapi ada juga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli sebuah produk.

DAFTAR PUSTAKA

- ALAMGIR, Mohammed., Tasnuba NASIR, Mohammad SHAMSUDDOHA, Ph.D. Alexandru NEDELEA. (2010). *Influence of Brand Name on Consumer Decision Making Process-An Empirical Study on Car Buyers*. The Annals of The "Ștefan cel Mare" University of Suceava Vol. 10, No. 2(12).
- Akpyomare, Oghojafor Ben, Ladipo Patrick Kunle Adeosun and Rahim Ajao Ganiyu. (2012). *The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis*. American Journal of Business and Management University of Lagos, Lagos State, Nigeria.
- Alfred, Owusu. (2013). *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*. European Journal of Business and Management School of Business and Management Studies, Marketing Department, Kumasi Polytechnic, Ghana.
- Antyadika , Bonaventura Efrian. (2012). *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studipada Wong ArtBakery&Café Semarang)*. Skripsi S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro : tidak diterbitkan
- Berita Teknologi. (2012, 18 Desember). Samsung Klaim sebagai Produsen Handphone Terbesar di Dunia Mengalahkan Nokia. Diperoleh 06 Mei 2013 dari <http://www.beritateknologi.com/samsung-klaim-sebagai-produsen-handphone-terbesar-di-dunia-mengalahkan-nokia>
- Buchari Alma. (2007). *ManajemenPemasaran&PemasaranJasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi I, Cet. 1). Bandung: Linda Karya
- Hariadi, Doni., Soebari Martoatmodjo. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 1 Nomor 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

- Inovasi.com. (2012, 4 November).
Perbandingan demografi dan perilaku antar pengguna ponsel pintar dan tablet komputer: siapa saja, kapan, dan mengapa pengguna menggunakan perangkat mobile mereka? Diperoleh 08 Oktober 2013, dari <http://inovasi.com/2012/11/04/perbandingan-demografi-dan-perilaku-antara-pengguna-ponsel-pintar-dan-tablet-komputer-siapa-saja-kapan-dan-mengapa-pengguna-menggunakan-perangkat-mobile-mereka/>
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 11, Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 2). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 2). Jakarta: Erlangga
- Kusumastuti, Fitria. (2008). *Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung)*. Skripsi S1 Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang: tidak diterbitkan.
- Larosa, Septhani Rebeka and SUGIARTO, Sugiarto. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)*. Undergraduate Thesis, Universitas Diponegoro.
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Mursid, M., (2003). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 1, Cet. 3). Jakarta: Bumi Askara

- Nuryanti, Lena., Anisa Yunia Rahman. (2008). *Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak ULTRAJAYA (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia)*. Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis Volume 7, Nomer 14 Universitas Pendidikan Indonesia.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Purwati., Heri Setiawan, Rohmawati. (2012). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat Studi Kasus Pada PT. NUSANTARA SOLAR SAKTI*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Vol. 2 No. 3 September 2012.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabet
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. (2007). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Samsung. (Copyright 1995-2013). Riwayat. Diperoleh 17 September 2013 dari <http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/corporateprofile/history.html>
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset dan Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 3, No.1 2012
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business*. (Buku 2 – Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat
- Shaharudin, Mohd Rizaimy. et. al. (2011). *The relationship between product quality and purchase intention: The case of Malaysia's national motorcycle/scooter manufacturer*. African Journal of Business Management Vol. 5(20) Faculty of Business Management, Universiti Teknologi MARA, Kedah, Malaysia.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Cet.4). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan, Ujang., dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri: I*. Bogor: PT Penerbit IPB Press

Syamsuddin. *Analisis Pengaruh Produk dan Harga yang dipertimbangkan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Nokia pada Nokia Profesional Center Malang*. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang: tidak diterbitkan.

Sunyoto, Danang.(2012). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. (Cet. 1). Yogyakarta: Gava Media

Suwarni., Septina Dwi Mayasari. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *JURNAL EKONOMI BISNIS*, TH. 16, NO. 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Taniredja, Tukiran Prof. Dr. dan Hidayati Mustafidah, S.Si., M.Kom. (2011). *Penelitian Kuantitatif*. (Cet.1). Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. (Edisi 3). Yogyakarta: Andi

Wikipedia. (2013. (2013, 16 Juli). Telepon Cerdas. Diperoleh 02 November 2013 dari http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_cerdas

Wikipedia. (2013, 31 Oktober). Samsung Galaxy. Diperoleh 02 November 2013 dari http://en.wikipedia.org/wiki/Samsung_Galaxy

Telkom
University