

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK XIAOMI DI TOKO BADILAN SINGARAJA

I. W. R. Mahendra<sup>1</sup>, G. P. A. J Susila<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: iwayanrakamahendra04@undiksha.ac.id, agus.jana@undiksha.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh (1) harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (2) harga terhadap keputusan pembelian (3) kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Subjek dari penelitian ini ialah pelanggan yang melakukan pembelian *smartphone* merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Sementara objek yang digunakan ialah harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Rancangan penelitian yang dipergunakan ialah penelitian kuantitatif kausal. Data dikumpulkan dengan mempergunakan kuesioner, selanjutnya data dianalisis dengan mempergunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya (1) harga dan kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja (2) harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja (3) kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja.

**Kata kunci:** harga, keputusan pembelian, kualitas produk.

## Abstract

*This study has the aim of testing the effect of (1) price and product quality on purchasing decisions, (2) price on purchasing decisions, (3) quality product on purchasing decisions. The subject of this study is the customer who makes a decision to purchase a Xiaomi brand smartphone at the Badilan Singaraja Store. While the object used are price, product quality, and purchasing decisions. The research design used is causal quantitative research. Data were collected using a questionnaire, then the data was analyzed using multiple linear regression analysis. The result of the study show that (1) the price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions of the Xiaomi brand smartphones at the Badilan Singaraja Store, (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions of Xiaomi brand smartphones at the Badilan Singaraja Store, (3) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions of Xiaomi brand smartphones at the Badilan Singaraja Store.*

**Keywords :** price, product quality, purchasing decisions.

## 1. Pendahuluan

Saat ini teknologi secara global berkembang dengan sangat pesat, khususnya dibidang komunikasi yang membuat jarak antar benua sudah tidak berarti lagi. Perkembangan alat untuk berkomunikasi yang inovatif dapat menolong individu didalam menyelesaikan pekerjaannya dengan efektif dan efisien. Salah satu inovasi dibidang komunikasi yang mendunia saat ini ialah ponsel pintar (*smartphone*). *Smartphone* selaku suatu inovasi dibidang komunikasi yang dapat menolong kegiatan seseorang didalam kesehariannya. Tidak dipungkiri apabila *smartphone* sudah menjadi semacam keperluan pokok bagi setiap orang di dunia. Fungsi *smartphone* disamping memudahkan orang didalam berkomunikasi, *smartphone* juga memiliki berbagai macam aplikasi yang bisa diunduh sama halnya dengan keperluan seperti untuk proses pembelajaran, menolong pekerjaan dan selaku sarana hiburan. Semakin meningkatnya keperluan masyarakat akan *smartphone* dapat membuat daya saing antar perusahaan elektronik juga semakin tinggi, dengan begitu banyak bermunculan merek-merek *smartphone* dengan kelebihan atau keunggulannya masing-

masing. Terdapat pilihan yang banyak terkait merek smartphone yang dapat dipilih oleh masyarakat, seperti misalnya Xiaomi, Samsung, dan Oppo.

Menurut laporan dari We Are Social pengguna smartphone di Indonesia kurang lebih tercapainya 338 juta pengguna. Hal ini membuktikan bahwasanya industri smartphone mengalami perkembangan yang sangat pesat tiap tahunnya. Karena hal tersebutlah permintaan akan smartphone juga mengalami peningkatan. Hal ini menjadi faktor yang mendorong produsen bersaing secara ketat didalam menetapkan strategi untuk menarik hati pelanggan.

Ketika pandemi ini, sebagian lapisan masyarakat membutuhkan smartphone untuk menunjang kegiatannya sehari-hari, baik itu untuk keperluan belajar ataupun pekerjaan. Singaraja selaku kota besar yang dikenal dengan Kota Pendidikan di Bali menjadi salah satu target pasar dari beberapa produsen smartphone. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya terdapat toko elektronik di Singaraja, baik itu toko kecil maupun besar yang menjual berbagai jenis merek smartphone dengan berbagai penawaran yang diberi. Hal ini terjadi karena kebanyakan penduduk di Kota Singaraja berstatus pelajar dan sisanya produktif selaku pekerja. Smartphone yang menawarkan harga yang dapat dijangkau dan memiliki kualitas yang baik menjadi pilihan utama masyarakat, terutama ditengah pandemi seperti saat ini. Salah satu merek smartphone yang menawarkan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat dan memberi kualitas yang baik ialah smartphone merek Xiaomi.

Badilan Singaraja ialah salah satu toko elektronik yang menjual produk smartphone dengan merek Xiaomi dan juga merek lainnya. Disamping menjual produk smartphone Toko Badilan Singaraja juga menjual aksesoris smartphone. Badilan Singaraja beralamat di Jl. A. Yani No. 89, Kaliuntu, Kecamatan Buleleng. Xiaomi menjadi merek smartphone yang mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan yang paling besar, ditengah pandemi seperti saat ini. Berikut ialah tabel data penjualan smartphone global yang dihimpun oleh Gartner pada tahun 2020.

Tabel 1. Worldwide Top 5 Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2020 (Thousands of Units)

Vendor	2020		2019		2020-2019 Growth (%)
	Sales	Market Share (%)	Sales	Market Share (%)	
Samsung	253,025.0	18.8	296,194.0	19.2	-14.6
Huawei	199,847.3	14.8	193,475.1	12.6	3.3
Apple	182,610.2	13.5	240,615.5	15.6	-24.1
Xiaomi	145,802.7	10.8	126,049.2	8.2	15.7
Oppo	111,785.2	8.3	118,693.2	7.7	-5.8
Others	454,799.4	33.7	565,630.0	36.7	-19.6
Total	1,347,869.8	100.0	1,540,657.0	100.0	-12.5

Sumber: Gartner (Februari 2021)

Berdasar tabel 1.1 memperlihatkan penjualan smartphone merek Xiaomi menjadi merek yang mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan paling besar. Pada tahun 2020 smartphone merek Xiaomi mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 15,7%, dibanding periode yang sama tahun 2019. Sementara merek lainnya justru mengalami penurunan penjualan dibandingi ketika periode pada tahun lalu. Meningkatnya keadaan itu diakibatkan karena peningkatan keputusan pembelian pelanggan pada smartphone merek Xiaomi.

Keputusan pembelian ialah putusan pelanggan diakhir ketika melakukan pembelian produk yang mempunyai bentuk dari beberapa tahapan kegiatan pra-pembelian (Djatmiko dan Pradana, 2016). Tingginya keputusan pembelian smartphone Xiaomi disebabkan oleh harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat serta kualitas yang baik dari produk tersebut.

Hal ini sama halnya dengan teori dari Daryanto (2014:90), yang menjelaskan bahwasanya faktor yang memberikan pengaruh keputusan disamping harga yakni ialah kualitas produk.

Harga ialah salah satu variabel yang memberikan pengaruh keputusan pembelian pelanggan. Tjiptono (2008:151) harga ialah kesatuan yang berhubungan dengan uang atau dimensi yang lain (terhitung jasa dan barang) yang ditukar sehingga bisa mendapatkan hak miliki atau pemakai sebuah jasa atau barang. Penetapan harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan menjadi hal yang krusial karena akan memberi pengaruh pada pelanggan dalam melaksanakan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan teori dari Tjiptono (2015:151), yang mengatakan bahwasanya pelanggan akan melakukan perbandingan harga dengan produk yang sejenis, selanjutnya pelanggan membuat suatu putusan dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa.

Disamping harga, variabel lain yang memberikan pengaruh keputusan pembelian ialah kualitas produk. Kotler dan Armstrong (2011:258) mengatakan bahwasanya kualitas produk ialah kesanggupan yang dapat dihitung dari sebuah produk didalam menggerakkan kegunaannya, dan selaku sebuah penggabungan dari daya bertahan, kepercayaan, ketelitian, kemudahan perawatan ditambah perlengkapan yang lain dari sebuah produk. Didalam memutuskan pelaksanaan pembelian sebuah produk karenanya pelanggan akan membuat pertimbangan spesifikasi dari produk tersebut. Apabila kinerja atau kualitas smartphone merek Xiaomi baik didalam menjalankan fungsinya sama halnya keperluan pelanggan, karenanya dapat mendorong mereka dalam melaksanakan keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2001), berpendapat bahwasanya jika produk memiliki kualitas baik dapat memberi peluang untuk pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasar pembahasan diatas, bisa ditarik simpulan bahwasanya harga dan kualitas produk memberi pengaruh kepada keputusan pembelian. Sependapat dengan Kasanti, Wijaya, dan Suandry (2019), yang mengungkapkan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Serta menurut Purba (2019), mengatakan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk dan harga. Sementara menurut studi yang telah dilaksanakan Prilano, Sudarso, dan Fajrillah (2020), mengatakan keputusan pembelian memberi dampak tidak positif dan signifikan, serta menurut penelitian Laila dan Sudarwanto (2018), mengatakan bahwasanya mutu produk memberi pengaruh negatif dan tidak signifikan kepada keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut. (1) smartphone merek Xiaomi mengalami kenaikan penjualan pada tahun 2020 jika dibandingkan pada periode ditahun lalu, dikarenakan peningkatan keputusan pembelian, (2) tingginya keputusan pembelian yang terjadi pada smartphone merek Xiaomi mencerminkan harga yang dapat dijangkau dan kualitas produk yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji: (1) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja, (3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Dilihat dari manfaat teoritis yang mana bisa memperdalam pemahaman tentang manajemen pemasaran terkait keputusan pembelian yang diakibatkan oleh harga dan kualitas produk. Dilihat dari manfaat praktis yang mana bisa dipergunakan oleh pihak Toko Badilan Singaraja selaku bahan dasar untuk mempertimbangkan kegiatan atau kebijakan perusahaan, didalam menentukan strategi pemasaran, bisa dipergunakan sebagai acuan didalam upaya meningkatkan keputusan pembelian. Serta bisa dipergunakan oleh pelanggan di Toko Badilan Singaraja selaku bahan dasar pertimbangan didalam mengambil keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi.

Daryanto (2014:90) menjelaskan bahwasanya faktor yang memberikan pengaruh keputusan disamping harga yakni ialah kualitas produk. Harga dan kualitas produk selaku salah satu unsur didalam strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan target menarik perhatian pelanggan. Pelanggan dapat menilai suatu produk dari

harga dan kualitas produk tersebut, apabila produk tersebut mempunyai spesifikasi yang bagus dan harga yang sama halnya ataupun masuk akal karenanya pelanggan akan menjatuhkan pilihan kepada produk tersebut serta melakukan keputusan pembelian. Kajian empiric ini sejalan dengan Purba (2019), mengatakan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh harga dan kualitas produk. H1: Ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja.

Harga selaku variabel dapat memberi pengaruh keputusan pembelian. Kebanyakan pelanggan menilai sebuah produk berdasar harga yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan. Tjiptono dan Fandy (2008:151-152), harga sebagai salah satunya menjadi bauran marketing dan umumnya dipergunakan untuk material perhitungan oleh pelanggan didalam melaksanakan proses membeli sesuatu. Pelanggan akan melakukan perbandingan harga antar suatu produk, selanjutnya pelanggan menentukan keputusan dalam melakukan pembelian sebuah jasa atau produk tertentu (Tjiptono, 2015:151). Harga yang sama halnya dengan manfaat yang diperoleh serta daya beli pelanggan, akan meningkatkan minat pelanggan tersebut dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Ungkapan tersebut sesuai dengan Ikhtiasari (2019), mengatakan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga. H2: Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja.

Kualitas suatu produk menjadi keunggulan utama serta wajib dimiliki setiap suatu perusahaan agar tetap mampu bertahan dan memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis. Kualitas produk dapat dijadikan perhitungan terpenting oleh pembelian dikarenakan klaim terhadap kualitas sebuah produk dijadikan sesuatu yang wajib dicukupi perusahaan, apabila tidak karenanya pelanggan dapat berpindah ke produk yang lain (Angipora 2007:174). Pelanggan selalu berharap produk yang dibelinya mampu memberi manfaat yang bisa mencukupi keperluannya melalui kualitas dari produk tersebut. Kotler dan Armstrong (2001), mengungkapkan bahwasanya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Pernyataan itu sesuai dengan kajian Kasanti, Wijaya dan Suandry (2019), yang menyebutkan bahwasanya kualitas produk memberi pengaruh secara pada keputusan pembelian. H3: Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja

## 2. Metode

Toko Badilan Singaraja yang beralamat di Jl. A. Yani No. 89, Kaliuntu, Kecamatan Buleleng menjadi tempat dalam penelitian ini. Didalam penelitian ini mempergunakan 15 indikator. Sehingga minimal sampel yang bisa diambil didalam penelitian ini ialah  $15 \times 5 = 75$  dan maksimal sampel yang bisa diambil didalam penelitian ini ialah  $15 \times 10 = 150$ . Pada studi ini mempergunakan 100 sampel. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah purposive sampling method. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti yaitu, harga (X1), kualitas produk (X2) sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan desain kuantitatif kasual. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Untuk menentukan skor pilihan jawaban angket, penelitian ini menggunakan skala Likert 1-5. Metode dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh langsung atau tidak langsung dari harga (X1), dan kualitas produk (X2) keputusan pembelian (Y) smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Syarat sebelum melakukan pengujian analisis regresi linier berganda adalah melakukan uji asumsi klasik, karena syarat untuk analisis regresi berganda adalah bebas dari asumsi-asumsi klasik.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis deskripsi didalam penelitian ini menunjukkan bahwasanya responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40% atau 40 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan 60% atau 60 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden ialah perempuan. Berdasarkan karakteristik umur menunjukkan bahwa jumlah responden yang berumur antara 18-25 tahun sebanyak 97 orang atau 97%, umur 26-35 tahun sebanyak 2 orang atau 2%, dan umur 36-45 tahun sebanyak 1 orang atau 1%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa responden dengan jumlah paling banyak berumur antara 18-25 tahun. Sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit berumur antara 26-35 tahun.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Parameter	Nilai	P-Value	Alpha ( $\alpha$ )	Keputusan	Simpulan
RyX1X2	0,939	0,000	0,05	Menolak H0	Ada pengaruh secara bersamaan antar Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
R2yX1X2	0,881	-	-	-	Memperlihatkan besarnya sumbangan pengaruh secara bersamaan dari Harga dan Kualitas Produk kepada Keputusan Pembelian yakni sebesar 88,1%.
$\epsilon$	0,119	-	-	-	Memperlihatkan besarnya pengaruh variabel lain sebesar 11,9%.
PyX1	0,550	0,000	0,05	Menolak H0	Terdapat pengaruh secara individu Harga terhadap Keputusan Pembelian.
P2yX1	0,302	-	-	-	Memperlihatkan besarnya sumbangan pengaruh parsial dari Harga terhadap Keputusan Pembelian yakni sebesar 30,2%.
PyX2	0,544	0,000	0,05	Menolak H0	Ada pengaruh individu dari Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
P2yX2	0,295	-	-	-	Memperlihatkan besarnya sumbangan pengaruh parsial dari Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yakni sebesar 29,5%.
$\alpha$	2,956	0,000	0,05	Signifikan	Dapat memperkirakan tingkat keputusan pembelian.

Parameter	Nilai	P-Value	Alpha ( $\alpha$ )	Keputusan	Simpulan
$\beta_1$	0,538	0,000	0,05	Signifikan	Dapat memperkirakan tingkat keputusan pembelian.
$\beta_2$	0,389	0,000	0,05	Signifikan	Dapat memperkirakan tingkat keputusan pembelian.

Hipotesis penelitian pertama “Ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja”. Berdasar rekapan hasil uji regresi linier berganda didalam Tabel 2. memperlihatkan hasil  $R_{YX1X2} = 0,939$  dengan p-value  $0,000 < \alpha$  ( $\alpha$ )  $0,05$ , yang mengatakan bahwasanya menolak  $H_0$  yang diartikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) pada Keputusan Pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 88,1%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya sebesar 88,1% Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dipengaruhi oleh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ). Sementara terdapat sisa sebanyak 11,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hal ini bisa ditarik simpulan bahwasanya variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersamaan berperan didalam meningkatkan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Hipotesis penelitian kedua “Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja”. Berdasar rekapan hasil uji regresi linier berganda didalam Tabel 4.6 memperlihatkan hasil  $P_{YX1} = 0,550$  dengan p-value  $0,000 < \alpha$  ( $\alpha$ )  $0,05$  hal ini mengatakan bahwasanya  $H_0$  ditolak atau diartikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), dengan sumbangan pengaruh sebesar 30,2%. Dengan begitu dapat ditarik simpulan bahwasanya variabel Harga ( $X_1$ ) secara parsial berperan didalam meningkatkan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Hipotesis penelitian ketiga “Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja”. Berdasar rekapan hasil pengujian regresi linier berganda didalam Tabel 4.6 memperlihatkan  $P_{YX2} = 0,544$  dengan p-value  $< \alpha$  ( $\alpha$ )  $0,05$  hal ini mengatakan bahwasanya menolak  $H_0$  yang diartikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), dengan memberi pengaruh sebesar 29,5%. Dengan begitu dapat ditarik simpulan bahwasanya Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial berperan didalam meningkatkan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan, memperlihatkan bahwasanya variabel bebas yakni harga dan kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Sementara, Daryanto (2011:90), menjelaskan bahwasanya faktor yang memberikan pengaruh keputusan disamping harga yakni ialah kualitas produk.

Toko Badilan Singaraja didalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian harus memperhatikan harga smartphone yang ditawarkan, terutama smartphone dengan merek Xiaomi. Harga ialah salah satu faktor terpenting untuk pelanggan sebelum memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian, dan juga memberi pengaruh yang signifikan terhadap pemasaran suatu produk. Apabila harga yang ditetapkan dapat dijangkau dan sama halnya dengan daya beli yang dimiliki oleh pelanggan, karenanya akan mendorong pelanggan untuk menjatuhkan pilihannya pada produk tersebut. Di masa pandemi seperti saat ini, smartphone merek Xiaomi memiliki harga yang dapat dijangkau dan sama halnya dengan kualitas serta manfaat yang dibutuhkan oleh masyarakat. Saat pelanggan merasa cocok dengan harga yang ditawarkan oleh Toko Badilan Singaraja, karenanya pelanggan tersebut akan melakukan pembelian kembali produk tersebut didalam jangka waktu tertentu.

Toko Badilan Singaraja didalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi kepada pelanggan, berusaha menciptakan kualitas produk yang

baik di hati masyarakat. Dengan terciptanya kualitas produk yang baik karenanya akan memberi pengaruh terhadap pembelian jasa oleh pelanggan, karena berbagai hal positif yang tersebar terkait perusahaan akan mendorong pelanggan untuk mempergunakan produk tersebut. Kualitas produk ialah kesanggupan suatu produk didalam menjalankan fungsinya yang yakni ialah kinerja, daya tahan, dan fitur untuk mencukupi keperluan pelanggan yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan tersebut dengan maksimal. Smartphone merek Xiaomi memiliki kualitas produk kinerja yang handal, daya tahan yang tinggi, fitur yang canggih, serta desain yang inovatif dengan begitu akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian produk smartphone pada Badilan Singaraja.

Pada dasarnya, didalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan untuk melaksanakan pembelian sebuah produk tertentu akan melihat dari segi harga yang dapat dijangkau dan sama halnya dengan daya beli pelanggan, serta sama halnya dengan kualitas produk yang dibutuhkan. Keputusan pembelian ialah tingkah laku dari pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Dari beberapa aspek yang memberikan pengaruh keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa, umumnya pelanggan sering mengadakan pertimbangan harga dan kualitas produk tersebut. Kajian empiris yang ikut mendukung temuan ini ialah ialah studi yang dilaksanakan oleh Purba (2019), yang mengungkapkan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga dan kualitas produk.

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan, memperlihatkan bahwasanya variabel bebas yakni harga memberi pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Sementara itu, Tjiptono (2015:151) mengatakan bahwasanya pelanggan akan melakukan perbandingan harga antar produk yang satu dengan jasa atau produk lain, selanjutnya pelanggan mengambil keputusan dalam melakukan pembelian suatu jasa atau produk tertentu.

Harga selaku elemen terpenting untuk pelanggan sebelum memutuskan untuk mempertimbangkan pembelian, dan juga memberi pengaruh yang signifikan terhadap pemasaran suatu produk. Apabila harga yang ditetapkan dapat dijangkau dan sama halnya dengan daya beli yang dimiliki oleh pelanggan, karenanya akan mendorong pelanggan untuk menjatuhkan pilihannya pada produk tersebut. Saat pelanggan merasa cocok dengan harga yang ditawarkan oleh Toko Badilan Singaraja, karenanya pelanggan tersebut akan melakukan pembelian kembali produk tersebut didalam jangka waktu tertentu. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk yang sama halnya dengan harganya akan kembali mempergunakan produk tersebut di selanjutnya hari. Akan tetapi, apabila kualitas produk yang diberi tidak bagus dan bahkan sampai mengecewakan, karenanya pelanggan akan berpindah ke produk yang lain.

Harga ialah alat tukar yang bisa diberikan berupa barang ataupun uang dalam memperoleh suatu keuntungan dari jasa atau barang yang diinginkan. Toko Badilan Singaraja menjual berbagai jenis merek smartphone yang berkualitas dengan berbagai harga yang ditawarkan dari termurah sampai yang termahal, dengan begitu pelanggan bisa memilih produk dengan harga yang dapat dijangkau yang sama halnya dengan daya beli pelanggan tersebut. Harga smartphone merek Xiaomi sangat dapat dijangkau dan sama halnya dengan kualitas produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Saat pelanggan merasa cocok dengan harga yang diberi oleh Toko Badilan Singaraja, karenanya pelanggan itu nantinya bisa melangsungkan pembelian kembali pada produk itu. Kajian empiris yang ikut mendukung temuan penelitian ini ialah hasil penelitian Ikhtiasari (2019), mengungkapkan bahwasanya keputusan pembelian di pengaruhi oleh harga secara positif dan signifikan.

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan, memperlihatkan bahwasanya variabel bebas yakni kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Sejalan dengan penjelasan Kotler dan Armstrong (2001) mengungkapkan bahwasanya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Kualitas produk ialah kesanggupan suatu produk didalam menjalankan kegunaannya yakni ialah kinerja, daya tahan, dan fitur untuk mencukupi keperluan pelanggan yang dapat

memberi kepuasan kepada pelanggan tersebut secara maksimal. Toko Badilan Singaraja menjual smartphone berkualitas seperti merek Xiaomi, Oppo, Vivo, dan selakunya. Smartphone merek Xiaomi memiliki kualitas produk kinerja yang handal, daya tahan yang tinggi, fitur yang canggih, serta desain yang inovatif dengan begitu akan mendorong pelanggan dalam melakukan pembelian produk smartphone pada Badilan Singaraja. Pelanggan yang memiliki rasa kepuasan terhadap kualitas produk yang diberi oleh smartphone akan otomatis melakukan pembelian ulang dan mempergunakan produk merek smartphone tersebut di hari selanjutnya. Akan tetapi, apabila kualitas produk yang diberi tidak bagus dan justru mengecewakan, karenanya pelanggan akan berpindah ke merek produk lain.

Toko Badilan Singaraja ialah salah satu toko elektronik yang ada di Singaraja tepatnya beralamat di Jln. A. Yani No. 89, Kaliuntu, Kecamatan Buleleng. Badilan Singaraja menjual berbagai jenis smartphone, disamping menjual berbagai jenis smartphone, Badilan Singaraja juga menjual aksesoris smartphone, serta melayani service smartphone dalam memberikan layanan dan memudahkan pelanggan apabila adanya masalah maupun kerusakan pada smartphone pelanggan.

Penelitian berhubungan pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, diperoleh hasil dimana kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Adapun kajian empiris yang ikut serta mendukung studi ini yakni Kasanti, Wijaya dan Suandry (2019), yang mengatakan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk secara positif signifikan.

#### **4. Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan di Toko Badilan Singaraja, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Harga dan kualitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Artinya, semakin dapat dijangkanya harga dan kualitas produk yang baik akan memberi pengaruh dalam meningkatnya keputusan pembelian. Sebaliknya, harga yang kurang dapat dijangkau dan kualitas produk yang kurang baik akan memberi pengaruh dalam menurunnya keputusan pembelian. Daryanto (2011:90), yang menjelaskan bahwasanya faktor yang memberikan pengaruh keputusan disamping harga yakni kualitas produk. Kemudian Purba (2019), yang mengatakan bahwasanya variabel harga dan kualitas produk memberi pengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Artinya, dapat dijangkanya harga produk yang sama halnya dengan daya beli pelanggan akan memberi pengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian. Sejalan dengan Tjiptono (2015:151) mengatakan bahwasanya pelanggan akan melakukan perbandingan harga antar produk yang lain, selanjutnya pelanggan menentukan pertimbangan didalam melaksanakan pembelian pada produk itu. Sejalan dengan Ikhtiasari (2019), yang mengatakan bahwasanya variabel harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi di Toko Badilan Singaraja. Artinya, dengan memberi kualitas produk yang sama halnya dengan keperluan dan manfaat yang diinginkan pelanggan akan memberi sumbangan pada peningkatan keputusan pembelian. Hal ini didukung Kotler dan Armstrong (2001) yang mengatakan bahwasanya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut didukung Kasanti, Wijaya dan Suandry (2019), yang mengatakan bahwasanya variabel kualitas produk memberi pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun saran yang diberikan untuk pihak Toko Badilan Singaraja, didalam upaya meningkatkan keputusan pembelian dari pelanggan, agar lebih memperhatikan pangsa pasar, yang mana keadaan ekonomi masyarakat Singaraja berbeda dengan masyarakat di Denpasar, dengan begitu pihak Badilan Singaraja lebih baik menjual produk Xiaomi yang

memiliki rentang harga dimulai Rp1.000.000 sampai Rp3.000.000 saja dibandingi menjual produk Xiaomi yang memiliki harga Rp4.000.000 keatas, karena rentang harga tersebut dapat dijangkau dan sama halnya dengan daya beli masyarakat di Singaraja. Disamping itu, didalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian di Toko Badilan Singaraja agar memperhatikan dan menjaga kualitas produk baik dari didalam maupun luar produk, agar produk tersebut dapat menjalankan fungsinya dengan selakumana mestinya sama halnya dengan keperluan atau manfaat yang diinginkan oleh pelanggan. Karena didalam penelitian ini memperlihatkan bahwasanya harga dan kualitas produk dapat memberikan pengaruh keputusan pembelian. Hal tersebut karena pelanggan lebih condong memilih produk yang memiliki harga mudah dijangkau atau sama halnya dengan daya beli pelanggan tersebut, dan hal itu akan meningkatkan penjualan produk. Kualitas produk yang baik, dan sama halnya dengan keperluan atau manfaat yang diinginkan pelanggan, akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dengan begitu memberi pengaruh terhadap penjualan produk. Bagi peneliti berikutnya yang terdorong dalam melakukan telaah aspek yang serupa diharapkan dapat memperluas kajian studi ini melalui meningkatkan tambahan variabel lain yang bisa memberi pengaruh pada keputusan pembelian, memperluas subjek penelitian dan dapat memperbanyak teori tentang variabel yang dipergunakan, serta mempergunakan teknik analisis data yang lain agar bisa dijadikan panduan bagi riset berikutnya, dan bisa meningkatkan ilmu pengetahuan terkhusus didalam bidang manajemen pemasaran.

#### Daftar Pustaka

- Andi, D. R. 2020. "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020". Tersedia pada <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> (diakses tanggal 29 Oktober 2020).
- Angipora, M. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Daryanto, I. S. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Djarmoko, T., dan Pradana, R. 2016. "Brand Image and Product Price : Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision". *Journal of Social and Behavior Science*.
- Gartner. 2020. Gartner Says Global Smartphone Sales Declined 5% in Fourth Quarter of 2020. Tersedia pada <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-realease/2021-02-22-4q20-smartphone-market-share-release> (diakses tanggal 21 Mei 2021)
- Ikhtiasari, S. D. 2019. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 8, Nomor 7 (hlm. 1-16).
- Kasanti, N., Wijaya, A., dan Suandry. 2019. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia". *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Volume 04, Nomor 1 (hlm. 43–51).
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2001. *Principes of Marketing*. Global Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laila, E.J, & Sudarwanto, T. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponogoro". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JNPT)*, Volume 06, Nomor 1 (hlm. 1-9).

Prilano, K., Sudarso, A., dan Fajrillah. 2020. "Pengaruh Harga Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada". *Jurnal of Business and Economics Research*, Volume 1, Nomor 1 (hlm. 1-10).

Purba, R. R. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan". *Jurnal Mutiara Manajemen*, Volume 4, Nomor 1 (hlm. 273–284).

Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2015. *Pemasaran Strategik*. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.