

**Pengaruh Kualitas Produk, Price discount dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone  
Plaza Marina Surabaya**

Khoirul Azam<sup>1</sup>, Dra.Yuni Sukamdani, SE, MM<sup>2</sup>.  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : mchoirulazam23@gmail.com

**ABSTRAK**

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, price discount dan promosi terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo merupakan tujuan yang ingin dicapai. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya yang berjumlah 114 responden dengan teknik *accidental sampling*. Metode pengambilan datanya menggunakan kuisioner. Analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil pengujian menggunakan uji-t diperoleh bahwa terdapat pengaruh Kualitas produk, Price discount dan Promosi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Hasil pengujian menggunakan uji-F diperoleh hasil yang menyatakan terdapat pengaruh secara bersama-sama Kualitas produk, Price discount dan Promosi terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas produk, Price discount, Promosi dan keputusan pembelian**

**ABSTRAC**

*Was to determine the effect of product quality, price discounts and promotions on purchasing decisions for Oppo mobile products is the goal to be achieved. The sample used in this study is that consumers who buy Oppo Mobile at terminal marina Surabaya phone plaza, amounting to 114 consumers with accidental sampling techniques. The method of collecting data using questionnaires. Data analysis uses multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The test results using the t-test showed that product quality, price discount and promotion partially effect on purchasing decisions. While the test results using the F-test obtained results stating product quality, price discounts and promotions simultaneously have effect on purchasing decisions.*

**Keywords: Product quality, Price discount, Promotion and purchasing decisions**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Saat ini persaingan pada bisnis semakin kian maju dan terus mengalami peningkatan, gaya hidup di prediksi akan terjadi perubahan-perubahan. Tidak terkecuali dengan berkembangnya teknologi yang cukup pesat. Seperti, munculnya telepon pintar yang disebut dengan *smartphone*, maka produsen harus selalu berusaha meningkatkan kualitas barang yang ditawarkan, melakukan pengenalan produk ke konsumen dan memberikan potongan harga (*price discount*) agar supaya dapat menarik minat dari para konsumen dalam melakukan sebuah keputusan dalam melakukan pembelian.

Kualitas produk menjadi sebuah faktor dalam mengindikasikan puas atau tidaknya konsumen ketika mereka telah melakukan transaksi jual beli dan menggunakan produk tersebut. Barang yang dijual harus berkualitas dan pelayanan yang dibrikan menyesuaikan dengan yang di inginkan oleh para pembeli dan pembeli percaya pada produk yang dibelinya, sebab produk tersebut dapat dibuktikan dan pembeli puas.

Selain kualitas produk, biasanya *Price discount* juga menjadi faktor penting sebagai acuan untuk pengambilan sebuah produk. *Price discount* merupakan suatu pengurangan sebuah harga dari harga normal suatu produk.

Disamping itu, promosi dilakukan oleh pihak perusahaan dalam menarik minat konsumen. Promosi merupakan cara agar perusahaan semakin dikenal dan lebih berkembang, dengan menggunakan promosi maka akan banyak orang yang akan mengenal bagaimana, seperti apa perusahaan atau bisnis yang sedang ditawarkan. Promosi adalah tindakan menawarkan produk atau jasa dengan menghasilkan suatu penjualan. Oleh sebab itu promosi yang dilakukan harus menarik, kreatif, inovasi dan juga efektif, agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya promosi, perusahaan berharap agar konsumen mampu membeli atau menggunakan jasa yang disediakan.

Terminal Phone adalah salah satu toko handphone yang mebuca stand di Plaza Marina Surabaya. Terminal Phone merupakan retail handphone yang memegang banyak brand, salah satu brand besar yang dipegang adalah brand Oppo. Terminal Phone juga mempunyai banyak kompetitor yang menawarkan produk handphone merek baru dengan feature yang lebih banyak dan harga yang relatif terjangkau. Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh Terminal Phone, mampu bersaing dengan para kompetitor yang saat ini terus berkembang. Disamping itu, promosi terus dilakukan oleh pihak Terminal Phone untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk handphone oppo, selain promosi yang terus dilakukan, pihak Terminal Phone memberikan potongan harga setiap pembelian produk handphone oppo dengan adanya potongan harga cashback, diharapkan konsumen semakin tertarik untuk membeli handphone di terminal phone.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Price discount dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya".

### Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah Price Discount berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah kualitas produk, Price Discount dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Price discoun terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, price discount dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

### **Penelitian Terdahulu**

1. Josep Tolisindo (2017). Hasil penelitian ini adalah secara bersama-sama variabel potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun pengujian secara sendiri-sendiri semua variabel berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian.
2. Devid Ulva Sari (2017). berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT Matahari Departement Store Panakukang Makassar menunjukkan bahwa *price discount*, *sales promotion*, dan *in-store display* berpengaruh terhadap keputusan *impulse buying*.
3. Anggun Prabarini (2018) hasil pengujian didapat hasil bahwa promosi penjualan tidak mempunyai pengatuh terhadap keputusan pembelian, (2) potongan harga tidak mempounyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Akbar Rakhman (2018). Hasil pengujian menggunakan uji-t menunjukkan bahwa tedapat pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan dalam melakukan pembelian. Sedangkan pengujian menggunakan uji-F menunjukkan terdapat pengaruh Kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian konsumen.

### **Tinjauan Pustaka**

1. Keputusan pembelian (Y)

Schiffman dan Kanuk (2014:493) berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan suatu perilaku yang biasanya diperlihatkan oleh seorang konsumen dalam melakukan pencarian, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan pada produk dan jasa yang dapat diharapkan memuaskan kebutuhan konsumen.

Dewi Maria (2014:32) berpendapat bahwa oindikator dari keputusan pembelian adalah :

- a. Kesesuaian dengan kemampuan finansial.
  - b. Mudah tidaknya produk dijangkau
  - c. Promosi
2. Kualitas Produk (X1)

Handoko (2016:81) berpendapat bahwa Kualitas produk merupakan sebuah kondisi barang yang biasanya ditentukan oleh tolak ukur pada penilaian atas kesesuaiannya dengan memakai standar ukur kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah diciptakan.

Menurut Irawan (2014:65) Kualitas produk mempunyai enam indikator, yaitu:

- a. Performance
  - b. Reliability
  - c. Feature
  - d. Durability
  - e. Conformance atau consistency
  - f. Design
3. *Price Discount (X<sub>2</sub>)*

Ismaya (2015:252) berpendapat bahwa potongan harga merupakan sebuah potongan pada harga dari suatu penjualan yang telah disetujui oleh produsen apabila pembayaran dilakukan konsumen dalam jangka waktu yang cepat.

Adapun indikator price discount Menurut Kotler (2015 :73) antara lain:

- a. Potongan harga tunai
- b. Potongan Kuantitas
- c. Potongan Harga Fungsional
4. d. Potongan Harga Musiman
- e. Potongan Harga

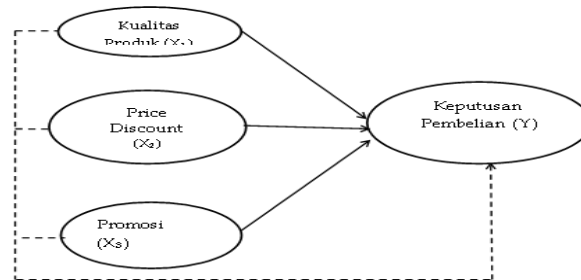
adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian”.

Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2014:478) antarlain:

- a. Advertising (periklanan)
- b. Sales promotion (promosi penjualan)
- c. Personal selling (penjualan perseorangan)
- d. Public relations (hubungan masyarakat),
- e. Direct marketing (penjualan langsung).

I

Berikut adalah kerangka konseptual. berikut :



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

### Populasi dan Sampel

Populasi konsumen Handphone Oppo di terminal phone plaza marina surabaya.

Adapun sampelnya adalah konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo diterminal phone plaza marina Surabaya yang berjumlah 114.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan sebuah data menggunakan kuisisioner. Dimana kuisisioner disebarakan pada konsumen yang melakukan pembelian Handphone Oppo diterminal phone plaza marina Surabaya.

### Teknik Analisa Data

#### Analisis Data Penelitian

##### Uji Validitas

Dari pengujian validitas data diketahui hasil untuk uji dibawah nilai 0,05 dan keseluruhan item dinyatakan valid. Sehingga setiap item pada pernyataan dalam sebuah kuisisioner ini layak dan dapat digunakan.

##### Uji Reliabilitas

**Tabel 1**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	,966	0,6	Reliabel
Price Discount (X2)	,938	0,6	Reliabel
Promosi (X3)	,972	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,960	0,6	Reliabel

Sumber :Lampiran Output SPSS Pengujian uji realibilitas.

Diketahui nilai Kualitas Produk 0,966, vprice discount 0,938, Promosi 0,972, dan Keputusan Pembelian 0,960.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini diperoleh *output* sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	1.412	3.027			
1	Kualitas Produk	0.165	0.081	0.259	2.042	0.044
	Price Discount	0.227	0.11	0.268	2.068	0.041
	Promosi	0.137	0.089	0.190	2.342	0.021

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berikut persamaan regresi :

$$Y = 1,412 + 0,165X_1 + 0,227X_2 + 0,137X_3 + e$$

Penjelasan

1. Nilai constan senilai 1,412. maka nilai variabel keputusan pembelian sebesar 1,412.
2. Nilai  $\beta_1 = 0,165$ , menunjukkan peningkatan nilai Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian 0,165 satuan.
3. Nilai  $\beta_2 = 0,227$ , menunjukkan peningkatan nilai price discount terhadap meningkatnya nilai keputusan pembelian sebesar 0,227 satuan.
4. Nilai  $\beta_3 = 0,137$ , menunjukkan nilai promosi terhadap meningkatnya nilai keputusan pembelian sebesar 0,137 satuan.

### Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Tabel Hasil Pengujian Uji-t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.		
	B	Std. Error				
(Constant)	1.412	3.027	0.466	0.642		
1	Kualitas Produk	0.165	0.081	0.259	2.042	0.044
	Price Discount	0.227	0.11	0.268	2.068	0.041
	Promosi	0.137	0.089	0.190	2.342	0.021

Sumber: Lampiran Output SPSS Uji-t

Pada pengujian hipotesis 1 didapatkan nilai  $t_{hitung}$  variable Kualitas produk sebesar 2,042 dengan nilai signifikan = 0,044. dari pengujian tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima.

Pada pengujian hipotesis 2 didapatkan nilai  $t_{hitung}$  variable price discount sebesar 2,068 dengan nilai signifikan = 0,041. Dari pengujian tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variable promosi 2,342 dan nilai signifikan = 0,021. Berdasarkan hasil uji maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima.

Pada pengujian hipotesis 2 dengan uji-F didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Uji Statistik –F**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	936.358	3	12.119	17.577	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	1953.265	110	17.757		
Total	2889.623	113			

*Sumber: Hasil Uji Spss, Uji-F*

Berdasarkan tabel 4 didapatkan  $f_{hitung}$  17,577 dan sig 0,000 jadi ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis yang diajukan diterima.

### **Pembahasan hasil penelitian**

Uji yang dilakukan untuk hipotesis 1 didapatkan nilai  $t_{hitung}$  Kualitas produk 2,042 dan sig 0,044 sehingga ( $0,044 < 0,05$ ). Dari hasil uji dapat dinyatakan diterima. dimana setiap peningkatan nilai Kualitas produk, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian. dengan meningkatnya kualitas produk yang dijual, maka pembeli akan lebih berminat untuk melakukan pembelian.

Uji yang dilakukan untuk hipotesis 2 didapatkan nilai  $t_{hitung}$  price discount 2,068 dan sig = 0,041. Dari hasil uji dapat dinyatakan Hipotesis diterima. Pengaruh price discount terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai price discount, maka akan meningkatkan nilai keputusan dalam melakukan pembelian.

Uji yang dilakukan untuk hipotesis 3 didapatkan nilai  $t_{hitung}$  promosi 2,342 nilai sig 0,021 ( $0,021 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima.

Hasil pengujian hipotesis 4 menggunakan Uji-F. diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 17,577 dan sig = 0,000. Dari pengujian tersebut maka dapat dinyatakan Hipotesis diterima

### **Simpulan**

1. Hasil uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai kualitas produk sebesar 2,042 dan sig = 0,044 ( $0,044 < 0,05$ ). Maka dinyatakan terdapat kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

2. Hasil uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai *price discount* sebesar 2,068 dan sig = 0,041. Maka dinyatakan terdapat pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
3. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai promosi sebesar 2,342 dan sig = 0,021. Maka dinyatakan terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.
4. Hasil uji hipotesis secara simultan menyatakan bahwa nilai f- hitung sebesar 17,577 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk, Price discount dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya.

### **Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa Handphone dengan kualitas handal diminati oleh konsumen daripada handphone yang mempunyai kualitas rendah. Hal ini dikarenakan produk yang mempunyai kualitas yang baik tidak mudah rusak dan pemakaiannya bisa lebih lama.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pemberian price discount akan membuat konsumen semakin tertarik. Hal ini dikarenakan dengan adanya price discount, konsumen akan lebih berhemat karena konsumen mendapatkan harga beli yang lebih ringan dan murah dari harga sesungguhnya sebelum mendapat *price discount*.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa dengan melakukan promosi produk akan membuat konsumen semakin kenal dan membuat konsumen semakin tertarik dalam melakukan pembelian.

### **Keterbatasan Penelitian**

Pada uji ini menggunakan 3 Variabel bebas yaitu kualitas produk, *price discount* dan promosi. banyak variabel bebas lain yang dapat digunakan sebagai factor yang menentukan konsumen dalam melakukan pembelian. Disamping itu, Sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah para konsumen yang sedang dan telah melakukan pembelian pada satu counter saja. sehingga penelitian belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek dengan jumlah yang besar.

### **Daftar Pustaka**

- Basu, Swastha dan Irawan, 2014, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Maria, Dewi ratnasari, 2014. Pengaruh Citra Merk dan kaulitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Blacberry (Diponegoro Jurnal of Sosial and Public)
- Handoko, 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFEE.
- Philip Kotler , 2015, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga Jilid 2
- Kotler, Philip dan Kevin lae keller .2014, Manajemen Pemasaran jilid 2 (Edisi keempat Belas). Jakarta: Alrlangga
- Ismaya, Sujana, 2015. Kamus Besar Ekonomi, Bandung: Pustaka Grafika.
- Hermawan, Agus. 2015. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Irawan, 2014. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty: Yogyakarta