

ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG

Dwi Irawan¹⁾, Luis Marnisah²⁾, Azrai'e K.Rosni³⁾

^{1), 2), 3)}Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM.4 Palembang Kode Pos 30129

Email : Irawandwi@yahoo.com¹⁾, luismarnisah@uigm.ac.id²⁾, azraie@gmail.com³⁾

ABSTRACT

The purpose of the study was to find out how was the analysis of results between product and price of IGM University Students' Decisions in purchasing Samsung smartphone. The population taken consisted of 1136 respondents. One hundred of them were selected as the sample by using slovin formula. In this study, descriptive analysis by applying quantitative method was used, then questionnaire was distributed as a technique for collecting the data, and simple linear regression analysis was applied in order to measure the effect of independent variable to dependent variable which were Marketing Mix (X) was considered as an independent variable and students' decisions (Y) as a dependent variable. In analyzing the data, Microsoft Office Excel program was used and it had been tabulated. Finally, the result of the study showed that the marketing mix about analysis of Product and Price had a significant effect on the IGM University students' decisions in purchasing the Samsung smartphone.

Keywords: Product and Price in taking decision of purchasing, quantitative methods

1. Pendahuluan

Perekonomian di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, seperti sekarang dimana perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat mendorong timbulnya dunia usaha, sehingga masyarakat bahkan semakin kritis dalam menyeleksi informasi-informasi yang diterima. Hal ini menyebabkan persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis menjadi sangat tajam, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan dan menawarkan produk dan jasa mereka kepada konsumen. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami pasar konsumen pada pasar sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada keputusan konsumennya.

Menurut Azraie k. Rosni pengadaan barang dan jasa merupakan kegiatan rutin yang selalu dilakukan oleh instansi Pemerintah, karena kebutuhan barang atau jasa sangat diperlukan untuk keberlangsungan operasional Pemerintah. Perusahaan *handphone* dituntut untuk selalu peka terhadap perkembangan teknologi yang terjadi, pada sisi yang lain konsumen semakin lama semakin selektif dalam melakukan proses pembelian atas suatu produk. Untuk mengatasi hal tersebut harus ada terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha, sehingga mampu mendukung dalam pencapaian keberhasilan suatu produk yang ditawarkan. Dengan adanya persaingan yang semakin tajam juga menuntut perusahaan agar terus menerus meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan untuk lebih sempurna dan menarik, agar mampu bersaing di pasar dan dapat memuaskan para konsumen.

Telepon genggam jenis ini ditujukan untuk anda yang menginginkan perangkat bisnis dalam genggam anda, biasanya telepon genggam yang telah memiliki kemampuan ini tergolong telepon genggam cerdas (*smartphone*). Berbagai aplikasi bisnis terdapat dalam telepon genggam ini dan dapat membuat pekerjaan kantor anda dapat dilihat dan dikerjakan dalam sebuah telepon.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena referensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk. Riyadi.

Samsung merupakan salah satu merk *Smartphone* yang banyak diincar oleh masyarakat, mahasiswa dikalangan Universitas IGM Palembang banyak menggunakan *Smartphone* Samsung dikarenakan dari segi Produknya yang berkualitas standart tinggi serta memiliki keunggulan-keunggulan seperti memiliki kualitas kamera yang hasilnya bagus dan jernih, lifetime barang yang bagus alias awet, memiliki banyak pilihan model dan warna, serta software yang bagus, dan kini sudah memiliki jaringan 4G yang akan memudahkan kita sebagai pengguna akan lebih cepat meng akses data internet sehingga tidak lelet.

Harga dari *Smartphone* Samsung sendiri bervariasi dari harga antara 1 juta hingga belasan juta, mahasiswa dikalangan Universitas IGM memiliki daya beli yang cukup besar terhadap pemakaian produk *Smartphone* Samsung, dilihat dari gaya selera mahasiswa lebih banyak menggunakan *Smartphone* Samsung dikarenakan

dari segi harganya yang terjangkau serta kualitas barang yang berkualitas, dari segi pendapatan mahasiswa dapat dikatakan cukup atau mampu membeli dengan sesuai selera mahasiswa masing-masing, berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui peran *Smartphone*(telephon pintar) merk Samsung Android sebagai alat komunikasi yang canggih dan mudah dibawa kemana saja. Peneliti memfokuskan objeknya dikalangan mahasiswa Universitas IGM Palembang

Menurut Luis Marnisah sebelum konsumen memutuskan untuk membelisuatu barang atau produk, biasanya konsumen akan melakukan beberapa tahanan sebelum benar-benar memutuskan untuk membeli seperti pengenalan masalah produk apa yang akan dibeli, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Penulis berdasarkan fenomena diatas tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Produk dan Harga terhadap keputusan mahasiswa Universitas IGM membeli *Smartphone* Samsung.

A. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana keputusan mahasiswa Universitas IGM terhadap pembelian produk *Smartphone* Samsung ?
- 2) Bagaimana keputusan mahasiswa Universitas IGM terhadap Harga pembelian *Smartphone* Samsung ?

B. Tujuan Penelitian

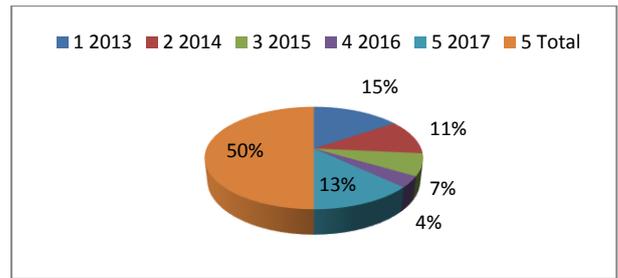
Berdasarkan latar belakang dan masalah yang diangkat, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

- 1) Untuk mengetahui apakah Produk merupakan keputusan mahasiswa dalam Pembelian *smartphone* Samsung.
- 2) Untuk mengetahui apakah Harga merupakan keputusan mahasiswa dalam pembelian *smartphone* Samsung.

C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- 1) Bagi Peneliti
Penelitian ini merupakan bentuk aplikasi keilmuan penelitian yang diperoleh selama perkuliahan. Halini diharapkan dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk berpikir kritis dan jeli dalam menghadapi dan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
- 2) Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap perusahaan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.
- 3) Bagi Universitas
Sebagai acuan mahasiswa dalam proses pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan referensi serta menjadi bahan acuan untuk karya tulis.



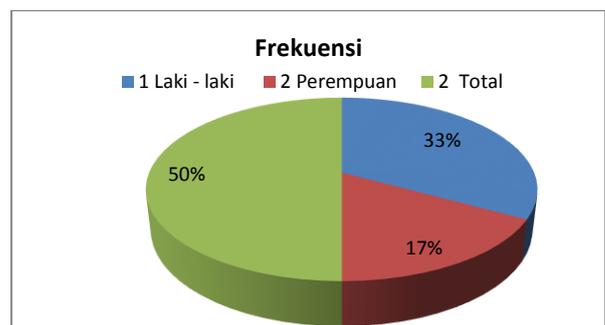
Gambar 1. Angkatan tahun

Tabel 1. Karakteristik mahasiswa berdasarkan Angkatan Tahun

No	Angkatan Tahun	Frekuensi	Persentase (%)
1	2013	31	31
2	2014	22	22
3	2015	14	14
4	2016	7	7
5	2017	26	26
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari keseluruhan sampel yang diambil di Universitas IGM dari tahun ajaran 2013 sampai tahun 2016 yang paling terbanyak menggunakan *smartphone* Samsung adalah mahasiswa angkatan 2013, sedangkan di tahun angkatan yang lainnya lebih sedikit yang menggunakan *smartphone* merek Samsung.



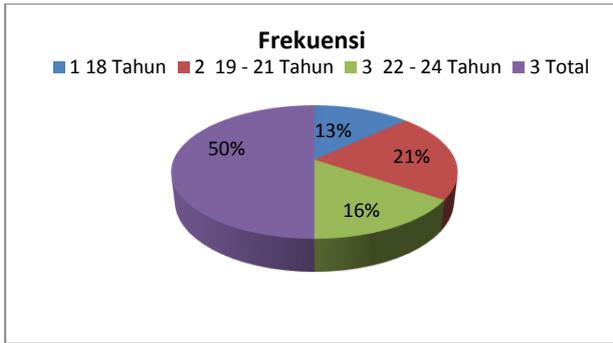
Gambar 2. Jenis kelamin

Tabel 2. Karakteristik mahasiswa berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - laki	66	66
2	Perempuan	34	34
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Responden mahasiswa berdasarkan jenis kelamin, Laki-laki adalah sebanyak 66 orang responden mahasiswa, sedangkan perempuan sebanyak 44 orang responden mahasiswa, perbandingan yang menggunakan *smartphone* Samsung antara laki-laki dan perempuan lebih banyak diminati oleh laki-laki.



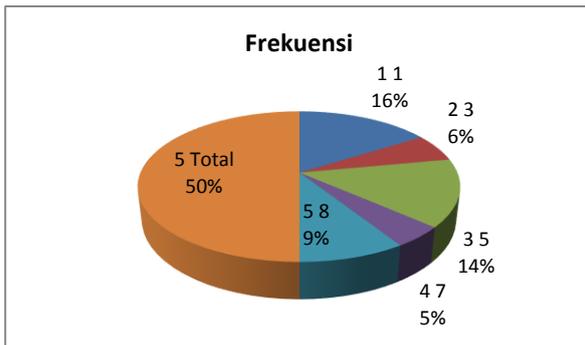
Gambar 3. Tingkat usia

Tabel 3. Karakteristik mahasiswa berdasarkan usia

No	Tingkat Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 Tahun	26	26
2	19 - 21 Tahun	43	43
3	22 - 24 Tahun	31	31
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Responden mahasiswa yang telah menjawab kuesioner usia yang paling banyak menggunakan *smartphone* Samsung adalah usia 22 sampai 24 tahun dari seluruh responden, dari usia 18 sampai 21 tahun sebesar 69%.



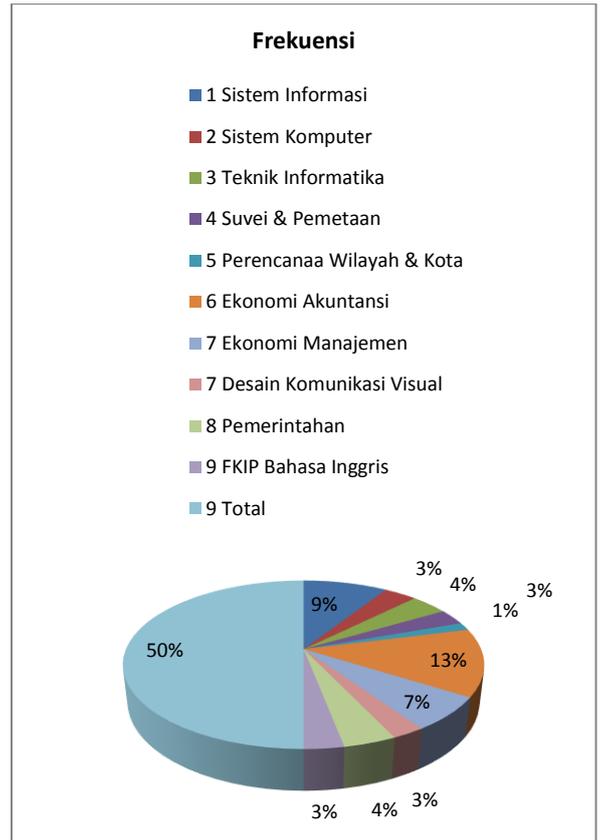
Gambar 4. Semester

Tabel 4. Karakteristik mahasiswa berdasarkan semester

No	Semester	Frekuensi	Persentase (%)
1	1	32	32
2	3	12	12
3	5	29	29
4	7	9	9
5	8	18	18
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari semester 1 sampai dengan semester 8 mahasiswa di Universitas IGM yang paling banyak menggunakan *smartphone* Samsung adalah pada semester 5 meliputi seluruh jurusan yang telah di bagikan untuk menjawab kuesioner, dan di semester yang lain sebesar 29%



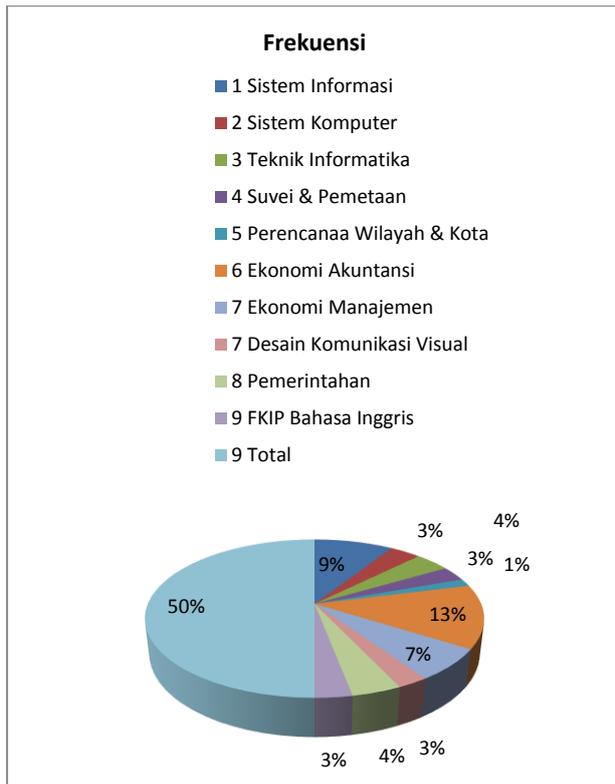
Gambar 5. Fakultas

Tabel 5. Karakteristik mahasiswa berdasarkan Fakultas

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ilmu Komputer	33	33
2	Ilmu Teknik	9	9
3	Ilmu Ekonomi	39	39
4	Ilmu Keguruan & Pendidikan	6	6
5	Ilmu Pemerintahan & Budaya	13	13
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari seluruh Fakultas di Universitas IGM yang telah diminta untuk menjawab kuesioner dan ternyata paling banyak menggunakan *smartphone* Samsung yaitu dari Fakultas Ekonomi, terdiri dari mahasiswa program Studi Akutansi dan mahasiswa program Studi manajemen yaitu sebesar 39%, mahasiswa dari Fakultas ilmu Komputer sebesar 33%.



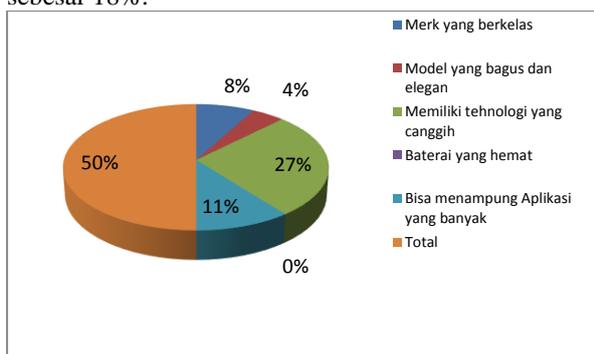
Gambar 6. Prodi

Tabel 6. Karakteristik mahasiswa berdasarkan Prodi

No	Masa Kerja	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sistem Informasi	18	18
2	Sistem Komputer	7	7
3	Teknik Informatika	8	8
4	Suvei & Pemetaan	6	6
5	Perencanaan Wilayah & Kota	3	3
6	Akuntansi	26	26
7	Manajemen	13	13
8	Desain Komunikasi Visual	5	5
9	Pemerintahan	8	8
10	FKIP Bahasa Inggris	6	6
	Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari seluruh Program Studi(Prodi) yang di minta untuk menjawab kuesioner bahwa Prodi Manajemen yang banyak menggunakan *smartphone* Samsung, diikuti dengan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi sebesar 18%.



Gambar 7. Daya tarik mahasiswa

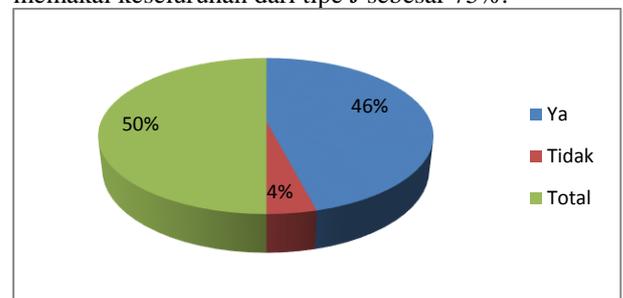
Tabel 7. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban apakah yang membuat anda tertarik membeli *smartphone* Samsung

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Merek yang berkelas	16	16
Model yang bagus dan elegan	9	9
Memiliki teknologi yang canggih	54	54
Baterai yang hemat	0	0
Bisa menampung Aplikasi yang banyak	21	21
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa yang membuat mahasiswa Universitas IGM tertarik untuk membeli *smartphone* Samsung adalah merk yang berkelas, diikuti memiliki teknologi yang canggih, model yang bagus dan elegan yang dimiliki oleh *smartphone* Samsung.

Dari tipe *smartphone* Samsung dapat dilihat mahasiswa di Universitas IGM lebih banyak memiliki Samsung tipe J di bandingkan dengan tipe lainnya, yang memakai keseluruhan dari tipe J sebesar 75%.



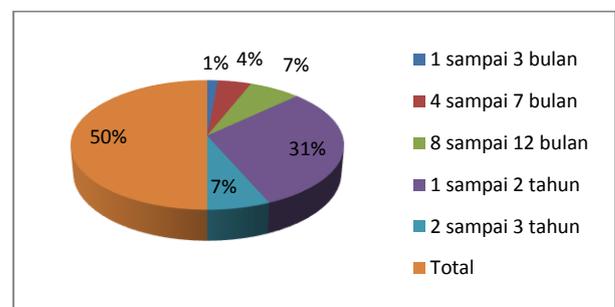
Gambar 8. Kepuasan memakai Samsung

Tabel 8. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban apakah anda puas menggunakan *smartphone* Samsung

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Ya	92	92
Tidak	8	8
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Di sini dapat dilihat bahwa responden yang telah menjawab kuesioner terhadap kepuasan menggunakan produk Samsung, banyak memberi jawaban puas karena produk nya yang bagus serta memiliki teknologi yang canggih.



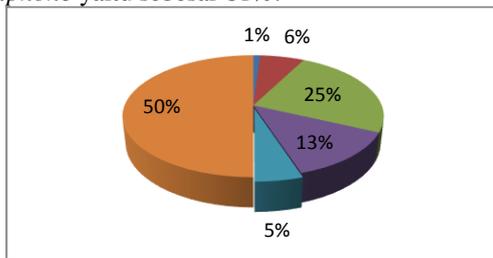
Gambar 9. Waktu pemakaian Samsung

Tabel 9. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban sudah berapa lama anda menggunakan *smartphone Samsung*

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
1 sampai 3 bulan	3	3
4 sampai 7 bulan	9	9
8 sampai 12 bulan	14	14
1 sampai 2 tahun	61	61
2 sampai 3 tahun	13	13
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari kuesioner yang telah disebar dan mahasiswa lebih banyak menjawab 1 sampai 2 tahun telah memakai *smartphone* yaitu sebesar 61%.



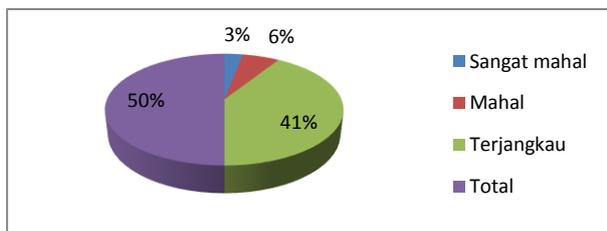
Gambar 10. Harga Samsung

Tabel 10. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban dikisaran berapakan *smartphone Samsung yang anda miliki*

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
<Rp. 750.000	2	2
Rp. 751.000 sampai Rp. 1.500.000	13	13
Rp. 1.501.000 sampai Rp. 2.250.000	49	49
Rp. 2.251.000 sampai Rp. 3.000.000	26	26
>Rp. 3.000.000	10	10
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Mahasiswa sebanyak 13% membeli dengan harga dari Rp.751.000 sampai Rp.2.250.000, dan yang membeli dengan harga antara Rp.2.251.000 sampai Rp. 3.000.000 adalah sebesar 26%.



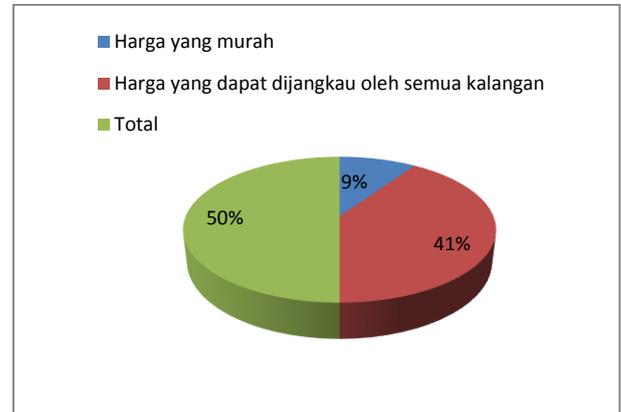
Gambar 11. Harga Samsung

Tabel 11. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban bagaimana menurut anda harga *smartphone Samsung saat ini*

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat mahal	6	6
Mahal	12	12
Terjangkau	82	82
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Responden memberi jawaban terhadap harga Samsung saat ini, mahasiswa di Universitas IGM lebih banyak menjawab kuesioner harga yang terjangkau sesuai *smartphone* Samsung yang mereka beli sebelumnya, dan ada beberapa yang menjawab sangat mahal sehingga mahasiswa hanya mampu membeli Samsung bekas.



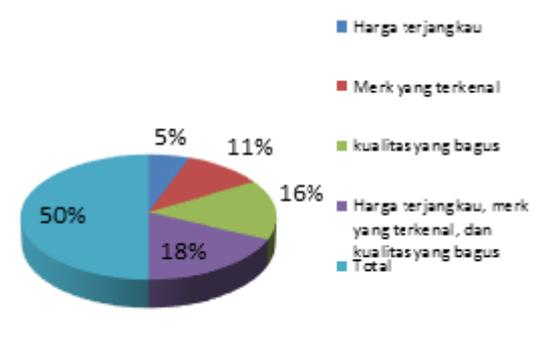
Gambar 12. Pilihan merek Samsung

Tabel 12. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban mengapa mahasiswa UIGM Menggunakan *smartphone* merek Samsung

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Harga yang murah	19	19
Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan	81	81
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Responden mahasiswa lebih banyak menjawab harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sebesar 81% di bandingkan responden yang mengisi jawaban harga yang murah.



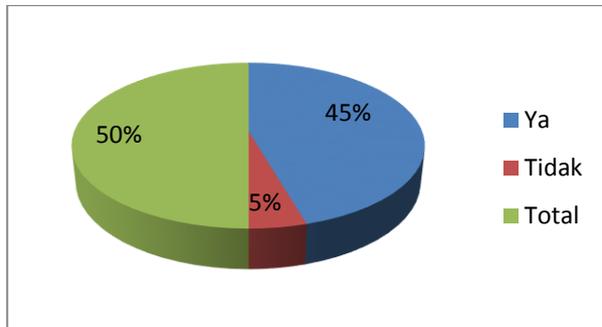
Gambar 13. Keputusan pembelian

Tabel 13. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban apa yang membuat anda mengambil keputusan membeli Samsung

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Harga terjangkau	11	11
Merk yang terkenal	22	22
kualitas yang bagus	31	31
Harga terjangkau, merk yang terkenal, dan kualitas yang bagus	36	36
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Dari hasil jawaban yang tersedia di dalam kuesioner dan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa mahasiswa mengambil keputusan membeli Samsung dikarenakan harga yang terjangkau, merk yang terkenal, dan kualitas yang bagus.



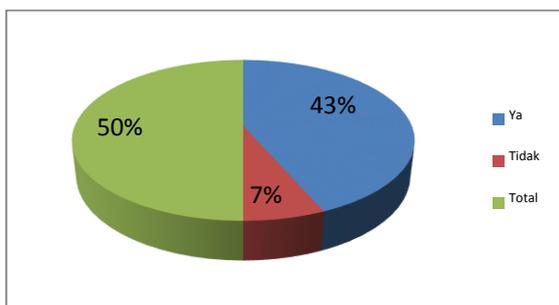
Gambar 14. Perbandingan merek Samsung

Tabel 14. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban pernahkah anda membandingkan antara produk Samsung dengan produk lain sebelum mengambil keputusan untuk produk yang akan di beli

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Ya	91	91
Tidak	9	9
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada mahasiswa di Universitas IGM, membandingkan produk Samsung dengan produk lain, responden lebih banyak memberi jawaban ya sebesar 91% atau membandingkan terlebih dahulu spesifikasi sebelum membeli produk tersebut.



Gambar 15. Potongan Harga

Tabel 15. Karakteristik mahasiswa berdasarkan indikator jawaban apakah dengan adanya potongan harga mempengaruhi anda dalam mengambil keputusan membeli Samsung

Skala jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Ya	87	87
Tidak	13	13
Total	100	100

Sumber: Diolah dari data primer (Kuesioner), 2017

Beberapa responden memberi jawaban ya, lebih banyak terhadap dengan adanya potongan harga atau diskon mempengaruhi untuk membeli produk dari *smartphone* Samsung, dan responden lebih sedikit

memilih jawaban tidak sebesar 13% walaupun tidak ada potongan harga atau diskon tetapi mahasiswa memang menyukai merk Samsung dan spesifikasinya serta kecanggihannya meskipun tidak ada potongan harga mahasiswa akan tetap membeli dari merk Samsung.

3. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan mengenai analisis bauran pemasaran terhadap keputusan mahasiswa Universitas IGM membeli *smartphone* Samsung. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli produk *smartphone* Samsung.

- Dari hasil pengujian analisis terhadap produk, mahasiswa mengetahui produk *smartphone* Samsung melalui Media, brosur dan teman, dibuktikan pada kuesioner yang telah ditabulasikan.
- Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk membeli *smartphone* Samsung, yaitu mahasiswa menginginkan harga yang terjangkau serta kualitas nya yang bagus.

Berdasarkan Kesimpulan diatas dari penelitian ini maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut: Bagi pihak Samsung hendaknya memperhatikan produk *smartphone* nya dan berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga akan meningkatkan peminat (jumlah konsumen) untuk memilih produk *smartphone* dari Samsung. Penelitian ini memfokuskan pada analisis produk dan harga terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih produk *smartphone*. Masih banyak faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan membeli *smartphone* ini, diantaranya adalah kondisi ekonomi, sosial ekonomi, pengaruh *smartphone* lain. Dan lain-lainya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis untuk meneliti faktor-faktor lain tersebut.

Daftar Pustaka

Marnisah, Luis, Analisa efektifitas promosi terhadap keputusan konsumen pada membeli semen baturaja dikelurahan sekip jaya kecamatan kemuning Palembang. *Jurnal ilmiah Ekonomi Global masa kini* volume 7 no.3

K.Rosni, Azrai'e. *Pengaruh pimpinan dan kapasitas sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai dalam pelaksanaan E-Procurement dikabupaten Banyuasin.* *Jurnal ilmiah Global masa kini* vol 7 no.2

Abdullah, Thamrin. 2014. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama. Rajawali Jakarta

Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat. CV Pustaka Setia

Fahmi ilham. 2016. *Teori dan teknik pengambilan keputusan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

- Ginting, Nembah FH. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. CV.Yrama Widya
- Hasan, Alizar et al.2014.Analisis hubungan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian smartphone *blackberry* dan samsung android. *Jurnal optimasi sistem industri* vol 13 no 2 oktober 2014, halaman 687-706.