ARTIKEL

PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA FE MANAJEMEN ANGKATAN 2013) UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

EFFECT OF PRODUCT DESIGN, PRICE, AND PROMOTION TO
DECISION PURCHASE OF SAMSUNG HANDPHONE (STUDY ON FE
MANAGEMENT STUDENT ATTACHMENT 2013) UNIVERSITAS
NUSANTARA PGRI KEDIRI



Oleh:

RENALDY PANDU WIGUNA

NPM: 12.1.02.02.0374

Dibimbing oleh:

- 1. Poniran Yudho, S.E., M.M.
- 2. Rony Kurniawan, S.E., M, M.

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURUREPUBLIK INDONESIA UN PGRI KEDIRI 2017



SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap

: RENALDY PANDU WIGUNA

NPM

: 12.1.02.02.0374

Telepun/HP

: 082141675715

Alamat Surel (Email)

Judul Artikel

: roysob60@gmail.com

PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA FE MANAJEMEN ANGKATAN 2013) UNIVERSITAS

NUSANTARA PGRI KEDIRI

Fakultas - Program Studi

: FE-Manajemen

Nama Perguruan Tinggi

: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Alamat Perguruan Tinggi

: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kediri, Jawa

Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa:

- a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,20 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
1 -	Ku, b	A Part of the second of the se
Poniran Yudho L.,S.E.,M.M. NIDN. 0704047306	Rony Kurniawan.,S.E.,M.M. NIDN. 0727127801	Renaldy Pandu Wiguna NPM: 12.1.02.02.0374



RODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2013) UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Renaldy Pandu Wiguna 12.1.02.02.0374 Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen

Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen Email: roysob60@gmail.com

Dosen Pembimbing 1: Poniran Yudho, S.E., M.M. Dosen Pembimbing 2: Rony Kurniawan, S.E.,M,M UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Renaldy Pandu Wiguna: Pengaruh Desain Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Samsung Pada Mahasiswa FE Manajemen Angkatan 2013 Universitas Nusantara PGRI Kediri, Skripsi, Manajemen, FE UN PGRI Kediri, 2017.

Di zaman serba canggih seperti saat ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Efek dari perkembangan teknologi memberikan tantangan baru bagi perusahaan dalam mengembangkan diri. Variabel desain produk, harga, dan promosi diharapkan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh variabel desain produk pada keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013. (2) Pengaruh variabel harga pada keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013. (3) Pengaruh variabel promosi pada keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013.

Penelitian ini menggunakan penelitian *survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data yang pokok. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 447 orang, dengan sampel yang terpilih sebanyak 82 dengan menggunakan teknik rumus slovin dalam pengambilan sampel. Data yang terkumpul berasal dari data primer dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS (Statistical Program for Social Science.

Berdasarkan penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa: (1) variabel desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013. (2) variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013. (3) variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013. Secara keseluruhan atau simultan desain prosuk, harga, dan promosi signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat dijelaskan penerapan desain produk, harga dan promosi oleh perusahaan Samsung dilakukan dengan baik maka keputusan pembelian akan dicapai sesuai harapan yang diinginkan

KATA KUNCI: Desain produk, harga, promosi



I. LATAR BELAKANG

Handphone merupakan alat komunikasi yang kini menjelma sebagai salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Fungsi dari handphone untuk alat komunikasi adalah dengan cara yang lebih fleksibel. Harga yang terjangkau, varian handphone yang kian beragam, dan jaman yang sudah semakin modern salah satu faktor merupakan penyebab mengapa handphone kini dimiliki oleh semua lapisan masyarakat. Untuk kalangan menengah kebawah, handphone dengan fitur sederhana merupakan jenis handphone yang begitu diminati mengingat kebutuhan merka hanyalah sekedar untuk komunikasi semata. Sedangan untuk kalangan atas, handphone dengan fitur canggih merupakan pilihan yang tepat bagi mereka karena kebutuhan mereka yang lebih dari sekedar komunikasi mengakses internet, seperti merekam video, menggunakan aplikasi handphone, dan lain-lain.

Samsung merupakan salah satu pabrikan handphone yang kini mulai mendominasi pasar dengan berbagai fitur dan varian yang selalu diminati masyarakat. Dari berbagai varian samsung terdapat berbagai jenis produk dengan merk seperti samsung lakota, samsung keystone, samsung galaxy, dan lain-lain. Dari sekian banyak merk handphone, samsung adalah merk handphone yang paling diminati oleh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Menurut Kotler (2012:204)terdapat proses pengambilan keputusan pembelian yang disebut model lima tahap yaitu pengenalan masalah. pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan perilaku pasca pembelian. Dari teori kotler tersebut dapat diambil keputusan bahwa pembeli tidak melakukan transaksi melainkan bertahap dari pengenalan masalah sampai pasca pembelian.

Dalam persaingan yang ketat ini produsen dituntut untuk selalu berinovatif, yang diterapkan pada produknya sehingga produk tersebut memiliki keunikan tersendiri untuk memikat hati para pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:346) cara lain untuk menambah nilai konsumen adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain. Dari teori tersebut dapat



dikatakan desian produk adalah salah satu variabel yang berpengaruh kepada keputusan pembelian.

Selain desain produk, yang tidak kalah penting adalah harga sebuah produk. Sebelum melakukan pembelian sebagian besar konsumen selalu mencari informasi tentang harga suatu produk yang akan dibeli. Jika harga yang dibayarkan setimpal dengan manfaat atau kepuasan yang diperoleh maka konsumen tidak akan merasa rugi karena mendapatkan barang yang diinginkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2006:160) harga adalah jumlah uang yang akan dibebankan atau dikenakan sebuah produk atau jasa. Penentuan harga barang dan jasa memainkan peran strategis didalamnya banyak perusahaan sebagai konsekuensi deregulasi, kompetisi global yang intens dan peluang bagi perusahaan untuk memperkokoh posisi pasarnya.

II. METODE

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Secara teoritis variabel dapat diidentifikasikan sebagai atribut sesorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek lain (Hatch dan

Selain desain produk dan harga, para produsen harus mempunyai strategi agar produknya lebih dikenal masyarakat. Promosi adalah cara agar produknya lebih dikenal masyarakat. Promosi adalah cara produsen agar produknya lebih dikenal di masyakat. Strategi promosi adalah cara produsen guna memperkenalkan produk baru atau meningkatkan produk lama pada para konsumen. Menurut Hermawan (2012:38) promosi merupakan salah komponen prioritas satu dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa peluncuran produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Jadi inti dari teori tersebut adalah jika konsumen semakin tau tentang produk melalui promosi maka konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya.

Farhady,2014:75). Variabel penelitian adalah suatu atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu (Sugiyono, 2012:134). Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek,

simki.unpkediri.ac.id

Renaldy Pandu Wiguna | 12.1.02.02.0374
FE - Manaiemen



atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Bebas / Independen

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau mempunyai sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah

a. Desain Produk (X1)

Pengertian Desain Produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan

b. Harga (X2)

Seperti yang dikemukakan sebelumnya pengertian dari Harga menurut Kotler dan Amstrong (2013:349) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

c. Promosi (X3)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pengertian

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Supaya data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat

Promosi dari adalah alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga Dalam dan tempat. memamasarkan produknya perusahaan merangsang dan menyebarkan informasi tentang kehadiran, ketersediaan, ciri-ciri, kondisi produk, dan manfaat atau kegunaan dari produk yang dihasilkan.

2. Variabel Terikat/ Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya suatu akibat. Dalam penelitian ini variabel yang menjadi terikat adalah Keputusan Pembelian (Y) dengan pengertian yakni Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler, 2012:226)

digunakan untuk pedoman, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Untuk menganalisis minat konsumen terhadap penggunaan saus jempol jaya, maka dipergunakan analisis data, dalam



penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka – angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik.

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik penelitian deskriptif.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan telah yang diuraikan pada bab sebelumnya mengenai "Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Samsung Pada Mahasiswa FE Manajemen Angkatan 2013 Universitas Nusantara PGRI Kediri" dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dijelaskan jika semakin menarik desain produk yang dibuat oleh Samsung maka perusahaan pembelian keputusan pada konsumen akan meningkat
- Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi sekarang dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan sejauh mana variabel desain produk dan kualitas produk mempengaruhi variabel konsumen. minat

- Sehingga dapat dijelaskan jika semakin baik harga yang ditawarkan oleh perusahaan Samsung maka keputusan pembelian pada konsumen akan semakin meningkat
- 3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dijelaskan semakin banyak dan semakin menarik promosi yang dilakukan oleh perusahaan Samsung maka pembelian keputusan pada konsumen akan semakin meningkat
- 4. Secara keseluruhan atau simultan desain produk, harga, dan promosi signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat dijelaskan penerapan desain produk, harga dan promosi oleh perusahaan Samsung dilakukan dengan baik maka keputusan

simki.unpkediri.ac.id | | 6 | |



pembelian akan dicapai sesuai

harapan yang diinginkan

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.(Edisi Revisi)*. Jakarta:
 Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS.
 Semarang: Badan Penerbit
 Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2012. Marketing
 Management. Prantice Hall,
 New Jersey
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid* 2. Jakarta:

 PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid1*.Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*,

 Jakarta: PT. Indeks Kelompok

 Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, *Jilid* 1.Edisi
 13.Jakarta: PT. Indeks Kelompok
 Gramedia
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., and MrDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*, Alih Bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat

Renaldy Pandu Wiguna | 12.1.02.02.0374 FE - Manajemen

- Nugroho, J. Setiadi. 2013. Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran). Yogyakarta: Andi
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta : Liberty.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tedjo N, Reksoatmodjo. 2007. *Statistika* untuk Psikologi dan Pendidikan. Bandung: Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama.
 Andi Offset. Yogyakarta .
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran Edisi II. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra. 2007. Service, Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

simki.unpkediri.ac.id



- Pradana, Ilham. 2013. Analisis pengaruh harga, kualitas, desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota (studi pada pengguna mobil Toyota Avanza di Kota Semarang). Semarang: Skripsi (tidak dipublikasikan)
- Asshiddieqi, Saddam. 2012. Analisis
 Pengaruh Harga, Desain Produk,
 dan Citra Merek Terhadap
 Keputusan Pembelian (Studi Kasus
 Pada Produk Crooz Di Distro Ultraa
 Store Semarang). Semarang: Jurnal
 Fakultas Ekonomi Universitas
 Negeri Semarang
- Hariadi, Doni. 2012. Pengaruh Produk,
 Harga Dan Distribusi Terhadap
 Keputusan Pembelian Konsumen
 Pada Produk Projector Microvision.
 Skripsi (tidak dipublikasikan)
- Ghanimata, Arya. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bandeng Elrina Semarang. Semarang : Jurnal UIN Walisongo, Semarang
- Fristiana. 2012. Pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusanPembelian pada ramai swalayan peterongan Semarang.
 Semarang: Jurnal Fakultas Ekonomi UIN Walisongo, Semarang
- Susanto. 2013. Pengaruh harga, produk, promosi dan saluranDistribusi terhadap keputusan pembelian konsumenPengguna laptop merk hp di kota Semarang. Semarang : Jurnal UDINUS Semarang
- Wahyuni. 2014. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen

Terhadap KeputusanPembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. Surabaya : Jurnal (tidak dipublikasikan)

Sarini Kodu. 2014 Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza : Jurnal (tidak dipublikasikan)

FE - Manaiemen