

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE**

<sup>1</sup>Digas Dwinta Putra, <sup>2</sup>Andri Nurtantiono  
<sup>1,2</sup>. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta  
digasdwintaputra123@gmail.com

### **Abstrak**

*Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Iphone adalah produk smartphone yang termasuk kelas mewah banyak orang yang ingin memilikinya. Tujuan saya sebagai penulis di penelitian ini adalah mampu menganalisis pengaruh dari kualitas produk, harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian HP Iphone. Kriteria yang saya pilih dalam penelitian ini adalah pengguna HP Iphone. Sampel yang saya ambil 111 responden dengan menggunakan teknik sampling yaitu nonprobability atau purposive sampling. Pada penelitian ini saya menggunakan analisis data berbentuk analisis regresi linear berganda dan beberapa uji analisis lainnya. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap keputusan pembelian HP Iphone, sedangkan layanan purna jual tidak berpengaruh secara positif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian HP Iphone. Perusahaan Apple harus memfokuskan dalam kualitas, harga dan layanan purna jual guna untuk mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian HP Iphone.*

*Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Layanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian*

### **Pendahuluan**

Akhir-akhir ini terjadi suatu fenomena di dalam perkembangan bisnis serta teknologi, yaitu beragam dan banyaknya perusahaan yang menawarkan produk-produknya di dalam industri yang samanya. Dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi pun sangat berkembang pesat dalam kehidupan sehari-hari hampir semua orang membutuhkannya. Dalam mencari informasi banyak orang ketergantungan pada internet, mudahnya berkomunikasi, gadget adalah yang dibutuhkan pada era ini sebagai jembatan dalam berkomunikasi. Munculnya peluang bisnis di bidang smartphone, produsen sangat dituntut untuk mampu bersaing, dan menghasilkan produk yang unggul, dan yang paling terpenting diterima baik oleh konsumen sehingga produknya dapat menang dalam persaingan tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, konsumen dalam menentukan untuk membeli tidak lagi berpacu dengan mempertimbangkan secara ekonomis semata, namun berorientasi dengan seberapa nilai produk tersebut sebanding pada kualitas produk, harga dan layanan purna jual.

Pengguna ponsel pintar di Indonesia diprediksikan akan selalu naik. Terdapat 28,6% populasi di Indonesia yang menggunakan gawai tersebut pada 2015. Namun seiring berjalannya waktu, ponsel pintar atau smartphone semakin terjangkau, sehingga mampu meningkatkan penggunaannya pula. Pada 2018 sejumlah 56,2% telah menggunakan ponsel pintar, Setelahnya, sebanyak 63,3% masyarakat yang menggunakan ponsel pintar. Setidaknya sebesar 89,2%

populasi di Indonesia yang telah memanfaatkan ponsel pintar. Sejak 2019, penetrasi ponsel pintar di Indonesia tumbuhnya sebesar 25,9%, seperti tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1.1  
Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia

Tahun	Presentase (%)
2015	28,6
2016	38,1
2017	44,4
2018	56,2
2019	63,3
2020	70,1
2021	76
2022	80,4
2023	83,6
2024	86,6
2025	89,2

Sumber: katadata.co.id

Apple adalah perusahaan di bidang perangkat lunak dan keras, salah satunya perangkat keras buatan Apple adalah iPhone. Smartphone buatan Apple pertama kali adalah iPhone yang rilis pada tahun 2007. Konsep iPhone saat memasuki pasar penjualan dibuat berbeda, dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti kualitas produk, harga dan layanan purna jual tersebut. Pemilik iPhone mampu mengoperasikan dan mengenali smartphone iPhone dengan mudah, karena smartphone iPhone sendiri dirancang untuk dapat memudahkan mobilitas dan mempunyai bentuk fisik yang khas. Sistem operasi iPhone berbeda dengan smartphone lain pada umumnya, hanya Apple yang mengoperasikan sistem ios. Dari segi kualitas, iPhone merupakan smartphone yang mempunyai kualitas yang terbaik karena iPhone menggunakan komponen dari Samsung dan terbaru ini iPhone bekerjasama dengan perusahaan Dr Dre yang tercatat sebagai nomor 1 perusahaan di bidang industri musik, dan dalam perakitannya dilakukan di China melalui perusahaan yang bernama Foxconn. iPhone sangat unggul dibandingkan dengan smartphone android lainnya bahkan dengan RAM yang kecil sekalipun iPhone ini mampu bersaing dengan android yang memiliki kapasitas ram yang cukup besar.

Dari segi photography kamera iphone sudah bisa dibuktikan bahwa hasilnya real dan smooth berbeda dari perangkat lainnya.

Smartphone Iphone banyak peminatnya di Indonesia dari berbagai kalangan masyarakat karena Iphone mampu memberikan harga yang bervariasi dari harga yang murah hingga termahalpun ada, berapapun harganya suatu produk smartphone sebanding dengan kualitas yang diberikannya seperti spesifikasi yang ada, keunggulan produk, dan kualitasnya yang terpenting. Dari segi layanan purna jual Iphone mendapatkan peringkat pertama. Penobatan ini diberikan oleh LaptopMag dengan menggunakan pembandingan perusahaan teknologi yang ada di seluruh dunia. Iphone mendapatkan skor 91 dari total 100 point dan memiliki catatan waktu rata-rata sekitar 6 menit para pelanggan berkonsultasi via telepon. Hal seperti ini sebenarnya bukan hal yang baru lagi. Iphone seperti sudah terbiasa dan seperti melanjutkan tradisi tahun-tahun sebelumnya dengan selalu memiliki performa purna jual yang baik dan cepat. Tak cuma layanan purna jual, bahkan banyak pengguna mengaku mendapatkan jawaban memuaskan melalui akun twitter Apple Support. Dari beberapa faktor yang mampu mempengaruhi para konsumen terhadap keputusan pembelian produk Smartphone Iphone sangat berpengaruh terhadap penjualan Smartphone Iphone ini, Iphone mampu bersaing dengan Smartphone merek lainnya. Penjualan pada pangsa pasar ponsel di Indonesia pada November 2019 sampai dengan November 2020 ponsel merk Iphone berada pada peringkat ke 4 dengan presentase sebesar 8,71%, seperti tabel 2 dibawah.

Tabel 1.2  
Mobile Vendor Market Share Indonesia

No	Vendor	Presentase (%)
1	Samsung	26,19
2	Oppo	24,89
3	Xiaomi	21,77
4	Iphone	8,71
5	Realme	6,3

6                      Unknown                      4,19

Sumber: <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile>

Pada penjualan dunia yang mengalami penurunan di penjualan smartphone, Apple merupakan perusahaan yang memiliki angka penurunan paling sedikit. Pada penjualannya Iphone hanya turun 0,4 persen, presentase penurunan yang paling sedikit dibandingkan dengan vendor lain. Iphone menduduki peringkat ketiga dengan menjual sebesar 38,3 juta smartphone dengan pangsa pasar sebesar 13 persen, seperti tabel 3 dibawah.

**Tabel 1.3**  
**Worldwide Top 5 Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q20 (Thousands of Units)**

<b>Vendor</b>	<b>2Q20 Units</b>	<b>2Q20 Market Share (%)</b>	<b>2Q19 Units</b>	<b>2Q19 Market Share (%)</b>	<b>2Q20-2Q19 Growth (%)</b>
Samsung	54,759.4	18.6	75,111.8	20.3	-27.1
Huawei	54,125.0	18.4	58,055.7	15.7	-6.8
Iphone	38,386.1	13.0	38,522.9	10.4	-0.4
Xiaomi	26,095.2	8.9	33,250.7	9.0	-21.5
Oppo	23,612.1	8.0	28,070.2	7.6	-15.9
Others	97,692.1	33.2	137,282.5	37.1	-28.8
<b>Total</b>	<b>294,669.9</b>	<b>100.0</b>	<b>370,293.9</b>	<b>100.0</b>	<b>-20.4</b>

Sumber: gartner.com

Berdasarkan pada bagian latar belakang masalah yang sudah terjabarkan tersebut, saya sebagai penulis tertarik melakukan suatu penelitian yang akan saya beri judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian HP Iphone”

Berdasarkan pada uraian tersebut dapat disimpulkan pernyataan masalah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan

Pembelian HP Iphone” Berdasarkan pertanyaan permasalahan tersebut maka dapat disusun permasalahan sebagai berikut: Apakah ada hubungan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP Iphone? Apakah ada hubungan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP Iphone? Apakah ada hubungan layanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP Iphone? Apakah terjadi pengaruh kualitas produk, harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian HP Iphone?

### **Penelitian Terdahulu**

1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Image terhadap keputusan pembelian Produk Aqua oleh Riyono dan Gigih Erklik Budiharja tahun 2016, dengan hasil penelitian: Kualitas produk, harga, promosi, brand image berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Aqua.
2. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Yogyakarta, oleh Hesti Ratnaningrum tahun 2016 dengan hasil penelitian variabel Promosi dan Harga berpengaruh secara signifikan, sedang kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar minyak
3. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh, oleh Junidar Junidar, Fakhurrizi Abbas, Irwan Safwadi tahun 2019, dengan hasil penelitian : variabel persepsi kualitas produk, merek dan layanan purna jual berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian skuter matic merek honda.
4. Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone di Kota Kuala Simpang, oleh Rahmi Meutia tahun 2017 dengan hasil penelitian: variabel brand extension, kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Asus Smartphone.
5. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus. Studi Kasus di PT. Datascrip, oleh *Nur Cahya, Muchsin Saggaff Shihab tahun 2018 dengan hasil penelitian* : variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual secara parsial dan simultan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.
6. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo, oleh Dewi Zulaiah tahun 2018/2019 dengan hasil penelitian: Secara

parsial variabel harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan untuk hasil secara simultan variabel harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo.

7. Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, oleh Adhiatma Prayoga tahun 2017 dengan hasil : variabel Atribut Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Layanan Purna Jual ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk *smartphone OPPO*

## **Kajian Teori**

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Gery (2008:205) menerangkan bahwa kualitas kinerja kemampuan produk untuk melakukan suatu fungsinya, yang berarti bahwa kualitas produk adalah pencapaian suatu fungsi dan spesifikasi dan melakukan fungsi dan spesifikasinya dengan baik dan benar. Kualitas produk adalah pemahaman bahwa suatu produk yang dipasarkan oleh seorang penjual memiliki nilai penjualan yang tinggi yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya. Maka dari itu suatu perusahaan memfokuskan terhadap suatu kualitas dan membandingkan dengan produk pesaingnya. Namun, produk dengan tampilan yang lebih baik bukan berarti memiliki kualitas tertinggi, tergantung kebutuhan pasar.

### **Harga**

Menurut Ghazali, (2009:306) menurutnya harga merupakan variabel penting dalam suatu pemasaran, harga mampu mempengaruhi konsumen atau pelanggan untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi pembelian produk, karena mempertimbangkan berbagai alasan. Harga adalah indikator nilai yang fungsinya digunakan pelanggan untuk menentukannya suatu keputusan pembelian, dan harga tersebut akan disangkutpautkan dengan manfaatnya yang didapat atau dirasakan atas barang atau jasa yang di belinya. Harga juga sebagai suatu komponen perusahaan dalam memperoleh labanya. Harga merupakan komponen yang berpengaruh terhadap laba perusahaan. Dapat disimpulkan di tingkatan harga tertentu, jika manfaat yang dapat dirasakan pelanggan naik, maka nilainya juga akan naik, begitupun sebaliknya.

### **Layanan Purna Jual**

Menurut Kotler dan Keller (2009) layanan purna jual adalah layanan yang memang disediakan oleh suatu produsen untuk konsumen setelah konsumen melakukan transaksi pembelian suatu produk. Dari pandangan Swastha (2012) layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan penjual setelah terjadinya transaksi penjualan yang berupa garansi, jasa reparasi, latihan tenaga profesional dan beberapa petunjuk penggunaan, juga barang diantar ke rumah. Indikator dari suatu layanan purna jual menurut Koesmono dan Widjanarko, (2008) ciri-ciri suatu layanan purna jual adalah : kemudahan dalam mendapatkan suku cadang, konsultasi lanjutan, jumlah layanan pusat.

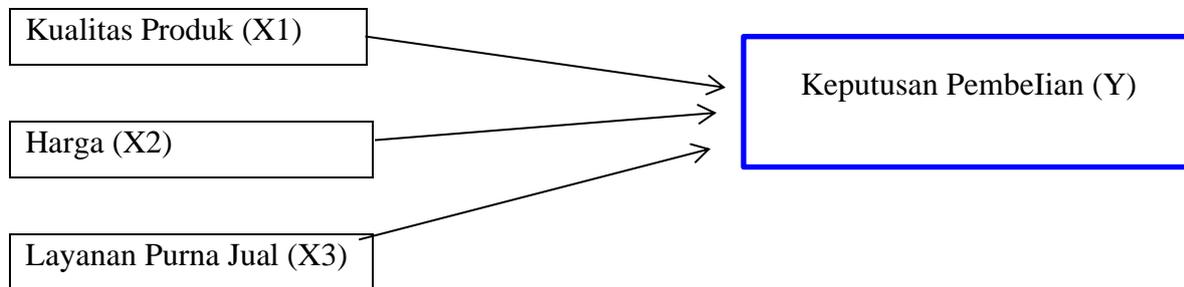
### **Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2015:55) keputusan pembelian adalah bagian penting pada suatu perilaku konsumen yang menunjukkan pembelian produk barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dengan membayar barang yang mereka miliki. Kepuasan pelanggan merupakan bagian yang penting dalam suatu pemasaran, persaingan mampu menang apabila suatu perusahaan mampu mempertahankan dan menciptakan pelanggan. Perusahaan harus mempunyai cara untuk mempertahankan pelanggan dengan cara memahami sikap pelanggan, sikap tersebut digunakan untuk merancang, mengkomunikasikan dan menyampaikan suatu program pemasaran secara efektif, walaupun cara ini menemui banyak tantangannya.

### **Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2006:51) Hipotesis adalah jawaban mentah dari suatu rumusan masalah pada suatu penelitian. Dikatakan mentah karena hasil jawaban yang didapat diperoleh melalui pengumpulan data. Dari penjabaran tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut: Diduga adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian HP iPhone. Diduga adanya pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian HP iPhone. Diduga adanya pengaruh antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian HP Iphone. Diduga adanya pengaruh antara kualitas produk, harga, dan layanan purna jual secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian HP Iphone.

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar berikut:



### **Metode Penelitian**

Didalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian nonprobability atau purposive sampling, Penjelasan mengenai Purposive Sampling sendiri adalah cara pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh seorang penulis. Didalam penelitian ini akan menjelaskan mengenai variabel kualitas produk, harga dan layanan purna jual terhadap suatu keputusan pembelian HP Iphone. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Skala pengukuran yang saya gunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur beberapa variabel khusus seperti : sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

### **Populasi dan Sampel**

Didalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pengguna HP Iphone dengan jumlah data minimal 97 responden. Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Didalam penelitian ini menggunakan teknik non probability (purposive sampling). Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh penulis, kriteria yang saya berikan pada penelitian saya adalah pria dan wanita pengguna Iphone.

## Pembahasan

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	X1.1	0,604	0,186	Valid
	X1.2	0,627	0,186	Valid
	X1.3	0,607	0,186	Valid
	X1.4	0,516	0,186	Valid
	X1.5	0,595	0,186	Valid
	X1.6	0,586	0,186	Valid
	X1.7	0,679	0,186	Valid
	X1.8	0,675	0,186	Valid
<b>Harga (X2)</b>	X2.1	0,755	0,186	Valid
	X2.2	0,831	0,186	Valid
	X2.3	0,466	0,186	Valid
	X2.4	0,614	0,186	Valid
	X2.5	0,627	0,186	Valid
	X2.6	0,604	0,186	Valid
<b>Layanan Purna Jual (X3)</b>	X3.1	0,708	0,186	Valid
	X3.2	0,657	0,186	Valid
	X3.3	0,784	0,186	Valid
	X3.4	0,750	0,186	Valid

	X3.5	0,756	0,186	Valid
	X3.6	0,729	0,186	Valid
<b>Keputusan</b>	Y1	0,797	0,186	Valid
<b>Pembelian (Y)</b>				
	Y2	0,756	0,186	Valid
	Y3	0,779	0,186	Valid
	Y4	0,853	0,186	Valid
	Y5	0,774	0,186	Valid
	Y6	0,762	0,186	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diketahui pernyataan variabel independen (Kualitas produk, harga, layanan purna jual) dan variabel dependen (keputusan pembelian) memiliki  $r$  hitungnya  $>$  daripada  $r$  tabelnya, maka dapat disimpulkan bahwa uji tersebut dapat dikatakan valid, dan item pernyataan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Alpha Cronbach's</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Produk (X1)	0,743	$> 0,6$	Reliabel
Harga (X2)	0,762	$> 0,6$	Reliabel
Layanan Purna Jual (X3)	0,784	$> 0,6$	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,794	$> 0,6$	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, nilai Alpha Cronbach's pada variabel kualitas produk(x1) 0,743, harga (x2) 0,762, Iayanan purna jual (x3) 0,784, dan keputusan pembelian (y) 0,794 > dari kriteria 0,6 maka kuesioner dikatakan reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		111
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.67564427
Most Extreme	Absolute	.108
Differences	Positive	.046
	Negative	-.108
Kolmogorov-Smirnov Z		1.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,152 lebih besar dari 0,05. maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

### b. Uji Multikolinearitas

<b>Collinearity Statistics</b>		
<b>Model</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
(Constant)		
X1.1	0,446	2,240
X1.2	0,381	2,625
X1.3	0,515	1,942
X1.4	0,628	1,592
X1.5	0,536	1,866
X1.6	0,530	1,886
X1.7	0,468	2,139
X1.8	0,563	1,776
X2.1	0,336	2,977
X2.2	0,293	3,418
X2.3	0,435	2,297
X2.4	0,486	2,056
X2.5	0,530	1,885
X2.6	0,631	1,584
X3.1	0,197	5,084
X3.2	0,269	3,711
X3.3	0,236	4,240
X3.4	0,221	4,529
X3.5	0,134	7,436
Total X3	0,027	36,617

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Tolerance untuk variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Harga), X3 (Layanan Purna Jual) lebih besar dari 0,10, sementara nilai VIF untuk variabel X1, X2, X3 < 10,00, maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga hasil tersebut dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
Konstata	2,607	910	365
X1	375	3,352	001
X2	468	4,436	000
X3	-081	-587	558

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,607 + 375X1 + 468X2 + -081X3 + e$$

### 4. Uji Signifikasi

#### a. Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.
X1	3,352	1.982	001
X2	4,436	1.982	000
X3	-587	1.982	558

#### Hipotesis Pertama (X1)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signya untuk pengaruh X1(Kualitas Produk) terhadap Y(Keputusan Pembelian) adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung untuk pengaruhnya X1(Kualitas Produk) terhadap Y(Keputusan Pembelian) adalah sebesar  $3,352 > t$  tabel 1,982. sehingga dapat disimpulkan bahwanya hipotesis dapat diterima.

#### Hipotesis Kedua (X2)

Berdasarkan tabel diatas, nilai signya untuk pengaruh X2(Harga) terhadapnya Y(Keputusan Pembelian) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung untuk pengaruh X2(Harga) terhadapnya Y(Keputusan Pembelian) adalah sebesar  $4,436 > t$  tabel 1,982. sehingga dapat disimpulkan bahwanya hipotesis dapat diterimanya.

Hipotesis Ketiga (X3)

Berdasarkan tabel diatas, nilai signya untuk pengaruh X3(Layanan Purna Jual) terhadap Y(Keputusan Pembelian) adalah sebesar  $0,558 > 0,05$  dan nilai t hitungnya untuk pengaruh X3(Layanan Purna Jual) terhadap Y(Keputusan Pembelian) adalah  $-0,587 < t$  tabel 1,982. sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis ditolak.

### b. Uji F

#### ANOVA

Model	F	Sig.
Regression	4,720	.000

Berdasarkan tabel diatas, Sig  $0,000 < 0,05$  maka, X1, X2, X3 berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel pertama atau X1 (Kualitas Produk) hasilnya berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap suatu keputusan pembelian (Y). Variabel kedua atau X2 (Harga) hasilnya berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap suatu keputusan pembelian (Y). Variabel ketiga atau X3 (Layanan Purna Jual) berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap suatu keputusan pembelian (Y). Mengacu pada hasil penelitian diatas maka saran yang dapat diberikan dari penelitian. Ini adalah sebagai berikut: Perusahaan sebaiknya menjaga dan meningkatkan kualitas produk, harga dan layanan purna jual agar keputusan pembelian tetap dapat terjaga. Harapan dari peneliti selanjutnya adalah bisa bermutu terhadap peneliti selanjutnya supaya bisa menambahkan elastis yang telah diselidik oleh peneliti, bahwa mempunyai kesempatan buat keputusan pembelian serupa kualitas produk, harga, layanan

purna jual dan sebagainya. Peneli juga berharap bisa memerankan bahan referensi buat peneliti selanjutnya.

#### Daftar Pustaka

- Afriza, E. F. (2019). *“Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator”*. *Mbia*, 18(1), 37–48. 0
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1, MEI 2017 ISSN 2252-844X “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660– 669.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). *“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom”*. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 81–94.
- Dewi Zulaiah, *“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo”* (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2018/2019). Skripsi thesis, IAIN.
- Giovani Erlitna, H. Soesanto, *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Positive Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Dioktevered)”* Diponegoro *Jurnal Manajemen*, vol.7,tidak,hlm.495-509,Jun 2018.
- Prabowo, Indra (2016) *“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mounth Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY pengguna iPhone)”*. S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Sayid Fikri, *“Analisis Citra Merek Dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Vivo Smartphone Dalam Perpekstif Ekonomi Islam (Studi Pada VIVO Smartphone Bandar Lampung)”*,Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 1439H/2018M.
- Rahmi Meutia, *“Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone di Kota Kuala Simpang”* *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Ratnaningrum, Hesti (2016) *“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta”*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma.
- Riyono, Gigih Erlik Budiharja, *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”* *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, No 2, Edisi Juni 2016 (ISSN : 2252-826).

Sri Wahyuni, “*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Skuter Matik Merek Honda Di Kota Semarang*” Politeknik Negeri Semarang , VoI 13, No 2 (2013).