

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID MEREK SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya)**

Arinda Putri Oktaviana

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri
Surabaya, email : arindiarind@gmail.com

Setiyo Budiadi

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Smartphone android yang menawarkan berbagai macam kelebihan seperti fitur, kecanggihan, dan kualitas yang berbeda-beda. Saat ini smartphone android merek Samsung merupakan telepon genggam yang paling diminati dan menjadi sebuah gaya hidup dikalangan masyarakat Indonesia terutama mahasiswa S1 manajemen angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya. Selain gaya hidup, persepsi kualitas produk akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian karena dengan adanya persepsi kualitas produk tentu akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan perbandingan antara smartphone android satu dengan yang lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya). Penelitian ini menggunakan purposive sampling dan teknik analisis data regresi linier berganda serta kuesioner sebagai alat pengumpulan data responden yang kemudian diolah dengan bantuan program Statistik *SPSS for windows* dengan jumlah sampel 161 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone android merek Samsung (studi pada mahasiswa S1 manajemen angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya) sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian ini. Diketahui bahwa variabel gaya hidup (X1) memberikan pengaruh sebesar 56,8% dan variabel persepsi kualitas produk (X2) memberikan pengaruh sebesar 2,9%.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Persepsi Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

Android smartphone that offers a range of advantages such as features, sophistication, and quality vary. Currently smartphone android Samsung is a mobile phone most in demand and lifestyle for Indonesian people, especially students S1 Management From 2012-2014 in State University of Surabaya. Besides lifestyle, perceptions of quality product will affect consumers to making purchasing decisions because the perception of quality product will certainly influence consumers to make comparisons between smartphone android with another. This study aims to determine the influence of lifestyle and perception of quality product purchase decisions smartphone android Samsung (Study on Student S1 Management From 2012-2014 in State University of Surabaya). This research use purposive sampling and analysis data technique multiple linear regression as well as data collection tool questionnaire of respondents then processed with the statistics program SPSS for windows with a sample 161 people. The results show that there is significant influence of lifestyle and perception of quality product on purchase decisions smartphone android Samsung (Student S1 Management From 2012-2014, State University of Surabaya) amounted 62.6% and 37.4% is influenced by Other variables. It is known that lifestyle variable (X1) effect of 56.8% and quality product perception variable (X2) effect of 2.9%.

Key Words : Lifestyle, Perception of Quality Product, Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini mengalami perubahan yang semakin canggih, hal ini membuat permintaan pasar terhadap teknologi meningkat. Oleh sebab itu, perusahaan teknologi berlomba-lomba untuk menciptakan sebuah teknologi yang lebih canggih untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen, yaitu mempermudah aktivitas manusia (user) itu sendiri. Sama halnya dengan penggunaan telepon seluler sekarang ini tak sekedar menjadi alat percakapan jarak jauh saja, akan tetapi produk telepon seluler di tuntut untuk memberikan kemudahan pekerjaan.

Handphone sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat, pelajar ataupun mahasiswa. kehidupan sehari-hari. Dilihat dari jumlah penggunaan handphone di Indonesia pun sudah semakin banyak. Tidak memandang kelas sosial, pekerjaan, gaji dan lain-lain. Penggunaan handphone di Indonesia paling dominan di usia 15-19 tahun yaitu sebesar 75 persen, posisi kedua usia 20-29 tahun yaitu sebesar 70 persen, posisi ketiga 30-39 tahun yaitu sebesar 65 persen, posisi ke empat 40-49 tahun yaitu sebesar 40 persen. Hal ini membuktikan bahwa handphone paling diminati di kalangan usia 15-19 tahun atau kalangan anak-anak muda.

Tingkat penggunaan handphone di Indonesia lebih dominan pada jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 51,5%. Karena laki-laki lebih memahami dan mengembangkan aplikasi atau fitur yang ada di dalam handphone, sedangkan perempuan lebih cenderung memahami fitur dan aplikasi yang ada di dalamnya tanpa dikembangkan secara maksimal.

Seiring dengan perkembangannya smartphone tidak hanya menjadi suatu kebutuhan semata melainkan menjadi suatu gaya hidup. Menurut Kasali (2010) dalam penelitian Hanafi (2013) para pengguna smartphone saat ini sedang dalam masa transisi, dari yang hanya pengguna sekarang mulai menjadi gaya hidup. Gaya hidup sendiri adalah mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang (lifestyle refers to a pattern of consumption reflection a person's choices of how he or she spend time and money, Solomon (1999) dalam Sumarwan, 2002) dalam penelitian Hanafi (2013). keputusan pembelian obat bebas.

Smartphone disebut menjadi gaya hidup karena menjadi pilihan penting dalam kehidupan masyarakat urban. Handphone telah mengisi waktu-waktu kosong setiap generasi, sejak bangun pagi sampai tidur, dari mulai perjalanan, di rumah, di kantor dan ditempat-tempat rekreasi. Handphone juga telah mengambil porsi waktu dan membentuk perilaku seseorang. Selain itu keberadaan handphone yang sudah menjadi gaya hidup merupakan realita yang mudah dilihat dengan munculnya orang yang memanfaatkan handphone untuk jual-beli dan bisnis tetapi sebagian besar masih dilakukan untuk keperluan pribadi seperti Social Network.

Social Network atau di Indonesia disebut jejaring sosial merupakan komunitas di dunia maya (terhubung internet) yang dapat menghubungkan masyarakat antara satu dengan yang lainnya. Ada beberapa jejaring sosial namun di Indonesia yang paling sering digunakan adalah Facebook dan Twitter. Menurut Presiden Mobile Phone Samsung Elektronik Indonesia, Andreas Rompis di Indonesia penggunaan smartphone di Indonesia saat ini lebih banyak untuk jejaring sosial yakni 66% sedangkan untuk chatting 37%. Menurut artikel bahwa penggunaan internet di Indonesia lebih dominan pada usia 12 – 34 tahun. Adanya smartphone juga membuat suatu gaya hidup baru yaitu jual-beli online. Transaksi jual-beli online kini menjadi tren dimasyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa kepentingan, baik kebutuhan untuk menjual dan membeli produk atau jasa, maupun hanya sebagai gaya hidup (Handayani, 2010) dalam penelitian Hanafi (2013).

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan smartphone sekarang ini bermunculan berbagai merek smartphone seperti Samsung, Sony, LG, Oppo, dan Andromax. Adanya berbagai pilihan tersebut membuat seorang konsumen membutuhkan suatu persepsi kualitas produk dalam memilih suatu produk. Ketika seseorang akan membeli smartphone ia akan mempertimbangkan kualitas smartphone satu dengan yang lainnya. Selain gaya hidup terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu persepsi kualitas. Menurut David A. Aaker (1997) dalam penelitian Harya (2014), persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang sama dengan maksud yang diharapkannya.

Disisi lain, dalam memahami penggunaan produk konsumen akan mempertimbangkan persepsi kualitas

produk. Menurut Durinto, dkk (2001) dalam jurnal penelitian Priamitra menyatakan bahwa persepsi kualitas produk adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Persepsi kualitas produk dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) dalam penelitian Margiyanto (2013), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Peluang pasar sehubungan dengan perubahan smartphone menjadi gaya hidup berdasarkan fenomena di atas dapat di jelaskan bahwa perusahaan samsung dari korea. Pada tanggal 27 April 2009, perusahaan Samsung mengeluarkan produk smartphone yang berbasis android. Smartphone android merupakan telepon genggam yang memiliki kemampuan dan fungsi yang menyerupai computer dengan memiliki sistem operasi berbasis linux.

Tingkat penjualan handphone Samsung android cukup tinggi. Pada januari 2011, Samsung berhasil menjual handphone sebanyak 10 juta unit. Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh prasetyo (2014), menyatakan bahwa samsung menduduki peringkat pertama di bandingkan smartphone lainnya. Samsung android mampu menguasai pangsa pasar smartphone di Indonesia sebesar 39% dibandingkan smartphone lainnya. Bahkan Samsung android menduduki peringkat pertama. Dan ditahun 2013 samsung mampu menjual smartphone androidnya sebesar 1137664 unit.

Hal ini membuktikan bahwa samsung android memiliki berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh smartphone lainnya, menurut artikel yang diterbitkan oleh Bambang (2014) menyatakan bahwa Samsung memiliki produk yang bervariasi, harga yang bersaing, selalu mengikuti perkembangan teknologi, menawarkan service center di setiap kota dan memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi. Sedangkan menurut pandustore.com Samsung memiliki desain dan bodi yang menonjol dan elegan, memiliki performa yang bagus seperti dilengkapi oleh baterai yang berkapasitas

1300 mAH yang diklaim mampu bertahan sampai 360 jam talk time 9 jam, memiliki kamera 3,15 MP.

Dari penjelasan di atas peneliti akan menggunakan mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya sebagai obyek penelitian. Mahasiswa dipilih karena selain sesuai dengan segmen pasar smartphone android merek samsung, di era globalisasi yang serba cepat ini smartphone menjadi hal yang wajib bagi seorang mahasiswa (Arifuddin,2009) dalam penelitian Hanafi (2013), karena menjadi hal yang wajib untuk berinteraksi dengan smartphone, baik untuk mencari tugas kuliah, hiburan, jejaring sosial, chatting bahkan untuk mencari informasi untuk sekedar menambah wawasan semata. Selain itu tingginya tingkat penggunaan smartphone ini terutama didominasi oleh kalangan usia mudah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat disampaikan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup dan persepsi kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung ?
2. Apakah gaya hidup dan persepsi kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya).
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan diantara gaya hidup dan persepsi kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya).

KAJIAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumen

Nanda Limakrisna (2011) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang

langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengkonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu (Piliang dalam Yuliana, 2009) dalam penelitian Wijayanti. Menurut Yohanes (2006) dalam penelitian Wijayanti yang menjelaskan bahwa gaya hidup memengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.

Hawkins (2010) dalam penelitian Putra berpendapat gaya hidup pada dasarnya adalah bagaimana seseorang hidup. Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, dan selanjutnya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidup individu tersebut. Menurut Mowen (2010) dalam penelitian Fatimah yang menjelaskan bahwa psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (activity, interest, opinion) sebagai berikut :

- a. Aktifitas (*Activity*)
Activity atau aktifitas meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan.
- b. Ketertarikan (*Interest*)
Interest merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk memahami minat dan hasrat para pelanggannya.
- c. Pendapat (*Opinion*)
Menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia, *trend* yang sedang *in*. *Opinion* merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.

3. Persepsi Kualitas Produk

Dalam penelitian Ferdinan (2013), saat ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Durinto, dkk (2001) dalam penelitian Priamitra, persepsi kualitas adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Simamora (2001) dalam penelitian Priamitra, persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu produk atau layanan ditinjau dari fungsinya dengan produk-produk lain. Karena bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dee Knight & Eun Young Kim (2006) dalam Hasanah (2010) indikator dari persepsi kualitas produk adalah sebagai berikut :

- a. Berkualitas tinggi
Seperti desain yang inovatif, varians jenis warna yang bermacam-macam, penampilan yang bagus atau menarik.
- b. Tahan lama
Seperti performa mesin yang baik atau tidak mudah rusak
- c. Memiliki reputasi baik
Seperti memiliki nilai jual kembali tinggi, memiliki keawetan atau ketahanan mesin yang baik
- d. Merek bergensi
Seperti smartphone android merek Samsung termasuk merek handphone yang bergensi di kelasnya.

4. Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (2008) dalam penelitian Margiyanto (2013), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Dalam penelitian Awaliyah (2010), keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui sebuah proses di mana proses tersebut merupakan gambaran dari

bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.

Dalam penelitian Habibi (2013), adapun indikator variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

- a. Kebutuhan tentang produk
Kebutuhan tentang produk adalah kebutuhan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang diharapkan dan sesuai dengan yang diinginkan.
- b. Penentuan pembelian sesuai dengan kebutuhan
Penentuan pembelian sesuai dengan kebutuhan adalah sikap yang dilakukan konsumen dalam menentukan kebutuhan apa yang diinginkan dengan cara mencari informasi tentang produk yang diinginkan.
- c. Penentuan keputusan Pembelian
Penentuan keputusan pembelian adalah sikap konsumen dalam menentukan barang atau produk yang diinginkan dengan cara membeli barang tersebut.
- d. Perasaan setelah membeli
Perasaan setelah membeli adalah perasaan konsumen terhadap produk atau barang yang dibelinya dengan rasa puas atau membelinya secara berulang-ulang.

Hipotesis

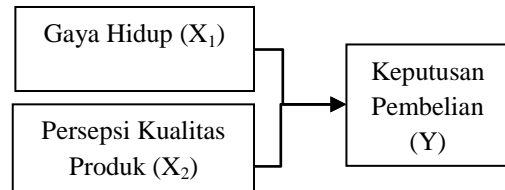
Berdasarkan pada teori dan fenomena di atas maka dapat diambil hipotesis penelitian yaitu:

- H₁** : Diduga bahwa gaya hidup dan persepsi kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)
- H₂** : Diduga bahwa gaya hidup dan persepsi kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)

TEKNIK ANALISIS DATA

1. Rancangan Penelitian

Setiap penelitian harus melakukan perencanaan penelitian, agar penelitian yang akan dilakukan dapat berjalan dengan sistematis dan terstruktur. Untuk memudahkan menganalisis hubungan antara variabel dalam penelitian, maka dibuatlah sebuah model analisis pada penelitian dari tujuan dan hipotesis seperti berikut ini :



2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 dengan jumlah 292 mahasiswa yang menggunakan smartphone android merek Samsung.

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Menurut sugiyono (2012) berpendapat bahwa teknik *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2005). Kemudian teknik *purposive sampling* berarti dalam hal ini pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Umar, 2005).

Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 161, yang dimana angka 161 berasal dari populasi mahasiswa manajemen yang sebesar 292 yang diubah ke tabel krci menjadi 161. Maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 161 mahasiswa.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi di mahasiswa jurusan manajemen

angkatan angkatan 2012-2014 universitas negeri surabaya dengan tujuan untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang menggunakan smartphone android merek Samsung.

b. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang berupa jumlah mahasiswa S1 manajemen angkatan 2012-2014 melalui TU kemahasiswaan jurusan manajemen.

c. Studi Literatur

Dalam penelitian ini, peneliti mencari referensi dengan cara membaca buku tentang perilaku konsumen, gaya hidup, persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian. Dan peneliti mencari referensi melalui internet berupa jurnal, skripsi yang sesuai dengan variabel penelitiannya dan mencari informasi melalui internet tentang sejarah perkembangan Samsung android dan data penjualan Samsung android.

d. Kuesioner/Angket

Tujuan pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Kuisoner ini diberikan pada mahasiswa manajemen angkatan 2012-2014 universitas negeri Surabaya.

Kuesioner ini dilakukan dengan menggunakan penilaian skala likert karena skala tersebut didesain untuk mengukur seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju terhadap sebuah pernyataan. Pengukuran skala likert dalam penelitian ini menggunakan 4 pilihan jawaban yang diberi skor 1 hingga skor 4 dengan menghilangkan jawaban netral. Hal ini berdasarkan pendapat dari Kriyantono (2006) dimana untuk beberapa riset, skala likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban netral (ragu-ragu), karena kategori tersebut memiliki makna ganda yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu. Dengan demikian, pilihan jawaban untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika memilih jawaban sangat tidak setuju, maka skornya yaitu 1.
- 2) Jika memilih jawaban tidak setuju, maka skornya yaitu 2.
- 3) Jika memilih jawaban setuju, maka skornya yaitu 3.
- 4) Jika memilih jawaban sangat setuju, maka skornya yaitu 4.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Ghozali (2011) dalam jurnal penelitian Rizky dan Sugiarto (2013) uji validitas (uji kevalidan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, jika instrument kurang valid maka memiliki validitas yang rendah.

b. Uji Reliabilitas

V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto (2011) Realiabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.

Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011) dalam jurnal Rizky Iryanti dan Y. Sugiarto. Menurut Raharjo (2014) suatu instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya minimal 0,6 atau bisa dikatakan sebagai berikut :

- 1) Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- 2) Jika α antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
- 3) Jika α antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
- 4) Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Santosa (2005), uji normalitas merupakan suatu alat uji untuk digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi yang baik atau tidak.

Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang

menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis normalnya.

2) Uji Multikolinieritas

Ghozali (2011) dalam penelitian Rizky dan Sugiarto (2013), Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multikolinieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai $VIF < 10$ mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas, sedangkan untuk nilai tolerance > 10 menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamat ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Model regresi dikatakan terdeteksi gejala heteroskedastisitas apabila nilai koefisien korelasi product moment spearman mempunyai korelasi signifikan ($\text{sig} < 0.05$) terhadap nilai residualnya.

4) Uji Autokorelasi

Ghozali (2006) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi.

5) Uji Linieritas

Ghozali (2006) uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model

yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan menggunakan uji linieritas akan diperoleh hasil apakah suatu studi berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Ada beberapa uji yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut :

- a) Uji Durbin Watson
- b) Ramsey Test
- c) Uji Langrange Multiplier

5. Model Analisis Data

a. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup (X_1) dan Persepsi Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian smartphone android merek Samsung (Y) dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta, merupakan besarnya Y jika X_1 dan $X_2 = 0$

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Gaya Hidup

X_2 : Kelompok Acuan

e : Kesalahan Pengganggu / Variabel Error

b. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y . Dalam sebuah penelitian dengan menggunakan hipotesis, dijelaskan bahwa ada dua pengujian yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

c. Uji Statistik F

Ghozali (2006) dalam penelitian May Margiyanto (2013), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan menggunakan tingkatan signifikan sebesar 5%, jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel

maka secara serentak seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

d. Uji Statistik t

Ghozali (2006) dalam penelitian May Margiyanto (2013), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. bila nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dapat digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	83	51.55 %
2.	Perempuan	78	48.45 %
Jumlah		161	100 %

Sumber: Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 161 responden jumlah responden yang paling besar adalah laki-laki yaitu sebanyak 83 responden (51.55%), sedangkan jumlah responden yang paling kecil adalah perempuan yaitu sebanyak 78 responden (48.45%). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulakn bahwa sebagian besar orang yang menggunakan smartphone android merek samsung adalah laki-laki karena laki-laki lebih memahami dan mengerti spesifikasi dan memaksimalkan penggunaan fitur yang ada didalam smartphone android. Dengan pergaulan yang luas serta besarnya perkembangan informasi membuat sebagian besar yang menggunakan smartphone android merek samsung adalah laki-laki. Sedangkan perempuan hanya menjalankan fitur yang ada tanpa dimaksimalkan penggunaannya.

b. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Per Bulan

Tabel 2
Karateristik Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Per Bulan

No	Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Presentase
1.	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	78	48,45%
2.	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	80	49,69%
3.	Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000	3	1,86%
4.	> Rp. 7.000.000	0	0
Jumlah		161	100%

Sumber: Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pendapatan orang tua sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 78 responden (48,45%), responden berdasarkan pendapatan orang tua sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 80 responden (49,69%), responden berdasarkan pendapatan orang tua sebesar Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000 sebanyak 3 responden (1,86%) dan responden berdasarkan pendapatan orang tua sebesar >Rp. 7.000.000 sebanyak 0. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendapatan sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 80 responden (49,69%).

c. Karakteristik Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

Tabel 3
Karakteristik Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

No	Uang Saku	Jumlah	Presentase
1.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	82	50.93 %
2.	Rp.1.000.000– Rp. 1.500.000	77	47.83 %
3.	Rp.1.500.000 – Rp. 2.000.000	2	1.24 %
Jumlah		161	100 %

Sumber : Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 161 responden dengan berdasarkan uang saku sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 82 responden (50.93%), responden dengan uang saku sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 77 responden (4783%) dan responden dengan uang saku sebesar Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 2

responden (1.24%). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan uang saku sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 82 responden (50.93%).

d. Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan

Tabel 4

Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase
1.	2012	55	34.16 %
2.	2013	59	36.65 %
3.	2014	47	29.19 %
Jumlah		161	100 %

Sumber : Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan tahun angkatan 2012 sebanyak 55 responden (34.16%), responden dengan tahun angkatan 2013 sebanyak 59 responden (36.65%) dan responden dengan tahun angkatan 2014 sebanyak 47 responden (29.19%). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan tahun angkatan 2013 memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 59 responden (36.65%).

e. Karakteristik Berdasarkan Mengapa Memilih Smartphone Android Merek Samsung

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Mengapa Memilih Smartphone Android Merek Samsung

No	Alasan Memilih	Jumlah	Presentase
1.	Spesifikasi / Atribut	83	51.55 %
2.	Fitur	78	48.45 %
3.	Harga Terjangkau	0	0 %
Jumlah		161	100 %

Sumber : Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memilih spesifikasi/atribut sebanyak 83 responden (51.55%), responden yang memilih fitur sebanyak 78 responden (48.45%) dan responden yang memilih harga terjangkau sebanyak 0. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang memilih

spesifikasi atau atribut memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 83 responden (51.55%).

f. Karakteristik Berdasarkan Tipe Smartphone Android Merek Samsung

Tabel 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Smartphone Android Merek Samsung

No.	Alasan Memilih	Jumlah	Presentase
1.	Samsung Galaxy Core	98	60,87 %
2.	Samsung Galaxy Fame	28	17,39%
3.	Samsung Galaxy Neo	35	21,74%
Jumlah		161	100 %

Sumber : Hasil Angket

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memilih samsung galaxy core sebanyak 98 responden (60,87%), responden yang memilih samsung galaxy fame sebanyak 28 responden (17,39%) dan responden yang memilih samsung galaxy neo sebanyak 35 responden (21,74%). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang memilih samsung galaxy core memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 98 responden (60,87%).

2. Hasil Penelitian

a. Uji Normalitas

Tabel 7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		161
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93540631
Most Extreme Differences	Absolute	.244
	Positive	.193
	Negative	-.244
Kolmogorov-Smirnov Z		.991
Asymp. Sig. (2-tailed)		.278

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar $0,278 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Gaya Hidup (X1)	0,874	1,145	Non Multikolinieritas
Persepsi Kualitas Produk (X2)	0,874	1,145	Non Multikolinieritas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

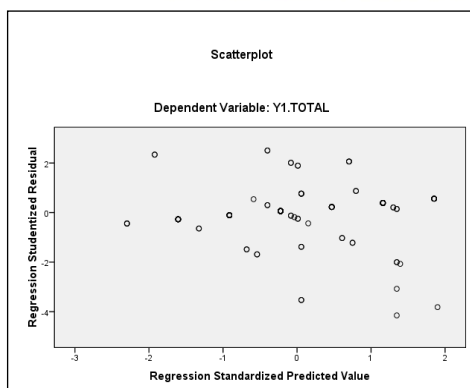
Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai tolerance dari kedua variabel bebas yaitu gaya hidup dan persepsi kualitas produk memiliki nilai tolerance sebesar 0,874 yang menunjukkan bahwa tidak ada nilai tolerance dibawah atau kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas (independen), hal ini dapat dikatakan bahwa variabel bebas tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa kedua variabel bebas (independen) yaitu gaya hidup (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,145, hal ini berarti nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari atau lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Plot)



Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan grafik plot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) dengan dipadukan oleh dua variabel bebas yaitu gaya hidup dan persepsi kualitas produk.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.794 ^a	.631	.626	.94131	1.937

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji autokorelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,937, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai signifikan 5%, jumlah sampel yang digunakan 161 dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$), maka ditabel Durbin Watson akan di dapatkan nilai (du) = 1,760. Oleh karena nilai Durbin Watson sebesar 1,937 lebih besar dari nilai (du) sebesar 1,760, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif dalam penelitian ini.

e. Uji Linieritas

Tabel 10
Hasil Uji Linieritas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.794 ^a	.631	.626	.94131	1.937

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji autokorelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,937, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai signifikan 5%, jumlah sampel yang digunakan 161 dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$), maka ditabel Durbin Watson akan di dapatkan nilai (di) = 1,706. Oleh karena nilai Durbin Watson sebesar 1,937 lebih besar dari nilai (di) sebesar 1,706, maka dapat disimpulkan bahwa

penelitian ini berbentuk linieritas atau memenuhi uji linieritas.

f. Regresi Linier Berganda

Tabel 11

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	B	t _{hitung}	Sig.T	r ²
Konstanta	3,183	-	-	-
Gaya Hidup (X ₁)	0,789	14,443	0,000	0,568
Persepsi Kualitas Produk (X ₂)	0,059	2,200	0,029	0,029
R Square = 0,631 Adj R Square = 0,626 F hitung = 135,089 Sig.F = 0,000				
Variabel terikat : Keputusan Pembelian				

Sumber : Hasil Output SPSS

Dari Tabel 11 di atas dapat dilihat dari nilai koefisien regresi pada variabel gaya hidup (X₁) sebesar 0,789 dan variabel persepsi kualitas produk (X₂) sebesar 0,059 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara variabel gaya hidup (X₁) dan persepsi kualitas produk (X₂) dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) yang dihasilkan sebesar 0,626. Hal ini berarti besarnya gaya hidup (X₁) dan persepsi kualitas produk (X₂) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android sebesar 62,6%. Sedangkan sisanya yaitu 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai koefisien determinasi parsial (r²) untuk variabel gaya hidup (X₁) sebesar 0,568 dan variabel persepsi kualitas (X₂) sebesar 0,029. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup (X₁) dan persepsi kualitas produk (X₂) berpengaruh secara terpisah terhadap keputusan pembelian (Y) pada smartphone android merek samsung masing-masing sebesar 56,8% dan 2,9, maka dari hasil tersebut menunjukkan gaya hidup (X₁) memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan persepsi kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek samsung.

g. Uji Hipotesis

1) Uji F

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	239.394	2	119.697	135.089	.000 ^a
Residual	139.998	158	.886		
Total	379.391	160			

a. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X1.TOTAL

b. Dependent Variable: Y1.TOTAL

Sumber : Data Output SPSS

Berdasarkan dari hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 135,089 dengan signifikansi 0,000 dengan derajat kepercayaan sebesar 0,05. Hal ini berarti $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa variabel gaya hidup (X₁) dan persepsi kualitas produk (X₂) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone android merek samsung.

2) Uji t

Tabel 13
Hasil Uji t

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	3,183	1,100	-	2,892	0,004
X ₁	0,789	0,055	0,747	14,443	0,000
X ₂	0,057	0,026	0,114	2,200	0,029

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel pada uji t di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek samsung. Hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} pada variabel gaya hidup (X₁) sebesar 14,443 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang artinya bahwa nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ yang menjadikan hipotesis diterima sehingga variabel gaya hidup (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek samsung.

Variabel persepsi kualitas produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek samsung. Hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} pada variabel gaya hidup (X_1) sebesar 2,200 dengan signifikansi sebesar 0,029 yang artinya bahwa nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ yang menjadikan hipotesis diterima sehingga variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek samsung.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Gaya Hidup (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Android Merek Samsung

Hasil pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone android merek samsung.

Gaya hidup menurut Kotler (2005) dalam penelitian Fitriani (2013) yang menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Hawkins (2010) dalam penelitian Putra berpendapat gaya hidup pada dasarnya adalah bagaimana seseorang hidup. Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, dan selanjutnya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidup individu tersebut.

Dari hasil regresi linier berganda menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone android merek Samsung. Dengan adanya hal tersebut maka semakin meningkatnya gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa maka akan semakin tinggi keputusan pembelian smartphone android merek Samsung.

Gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa ini berupa aktivitas (*activities*), ketertarikan (*interests*) dan pendapat (*opinions*). Dari ketiga pernyataan tersebut, mahasiswa lebih terpengaruh dengan pendapat (*opinions*) seperti mahasiswa menggunakan smartphone android merek samsung karena mereka merasa lebih percaya diri dalam berkomunikasi dan menggunakan smartphone android merek samsung. Hal ini diketahui dengan adanya jawaban responden yang terbesar adalah mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka lebih

percaya diri menggunakan dan berkomunikasi dengan smartphone android merek Samsung.

2. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Android Merek Samsung

Hasil pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone android merek samsung. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin konsumen mampu mempersepsikan kualitas terhadap produk smartphone android merek Samsung maka semakin cepat konsumen melakukan keputusan pembelian. Dan persepsi tersebut dapat di lihat segala hal yang menyangkut tentang produk tersebut merek bergensi atau berkualitas tinggi.

Dalam penelitian Ferdinan (2013), saat ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Durinto, dkk (2001) dalam penelitian Priamitra, persepsi kualitas adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Simamora (2001) dalam penelitian Priamitra, persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu produk atau layanan ditinjau dari fungsinya dengan produk-produk lain.

Dari hasil regresi linier berganda menyatakan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone android merek Samsung. Dengan adanya hal tersebut maka semakin meningkatnya persepsi kualitas produk yang dilakukan mahasiswa maka akan semakin tinggi keputusan pembelian smartphone android merek Samsung.

Persepsi kualitas produk yang dilakukan oleh mahasiswa berupa memahami smartphone android merek Samsung memiliki suara yang jernih pada saat memutar music dan telepon, smartphone android merek Samsung memiliki ketajaman pada hasil fotonya, smartphone android memiliki banyak fitur dan tampilan yang menarik dan mewah, smartphone android merek Samsung memiliki daya tahan yang bagus dan tidak mudah

rusak, mudah mendapatkan spareparts smartphone android merek Samsung, smartphone android merek Samsung memiliki kualitas yang bagus dibandingkan yang lainnya, smartphone android merek Samsung merupakan merek handphone yang terkenal untuk segmen pasar menengah, dan smartphone android merek Samsung dapat menaikkan status sosial bagi pemakainya. Dari delapan pernyataan tersebut, mahasiswa lebih terpengaruh dengan smartphone android merek Samsung memiliki daya tahan yang bagus dan tidak mudah rusak. Hal ini diketahui dengan adanya jawaban responden yang terbesar adalah smartphone android merek Samsung memiliki daya tahan yang bagus dan tidak mudah rusak.

3. Pengaruh Gaya Hidup (X_1) dan Persepsi Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung

Hasil pembahasan dalam penelitian ini pada analisis regresi berganda, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 62,6% sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti faktor perilaku konsumen yang lainnya.

Semua responden dalam penelitian ini, memilih menggunakan smartphone android merek samsung karena mereka mengikuti gaya hidup dan tren yang saat ini sedang berkembang dan diminati sehingga responden lebih memilih menggunakan smartphone android merek samsung dibandingkan menggunakan smartphone android merek lainnya. Gaya hidup mampu mempengaruhi responden untuk memilih atau menggunakan smartphone android merek samsung.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel independen yaitu gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen yaitu gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian (Y). Pengaruh gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) memiliki nilai positif yang artinya apabila konsumen lebih percaya menggunakan smartphone android merek samsung yang dimana dipengaruhi oleh gaya hidup, maka konsumen tersebut lebih cepat dalam melakukan keputusan pembelian smartphone android merek

samsung. Selain itu, jika konsumen ingin merasakan kelebihan, kecanggihan dan kualitas yang dimiliki smartphone android merek samsung melalui persepsi kualitas produk yang dilakukan responden, maka konsumen akan cepat melakukan keputusan untuk memilih smartphone android merek samsung pada saat itu juga.

Dalam penelitian Awaliyah (2010), keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui sebuah proses di mana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Kotler dan Armstrong (2008) dalam penelitian Margiyanto (2013), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) berpengaruh secara positif signifikan bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone android merek Samsung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai adj R Square 0,626 yang berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel bebas gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) sebesar 62,6% sedangkan 37,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel bebas yang diteliti.

Dari 161 responden dalam penelitian ini adalah responden Pria dengan jumlah 83 yang lebih cenderung memahami dan up to date tentang teknologi atau smartphone android. Hal ini dikarenakan pria lebih memahami bagaimana cara mengembangkan dan menggunakan aplikasi-aplikasi yang ada di dalam smartphone androidnya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada Bab IV, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2)

terhadap keputusan pembelian (Y) Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya) secara bersama-sama atau simultan. Pengaruh yang diberikan antara gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Y) Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya) sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian ini.

2. Gaya hidup (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) secara terpisah atau parsial juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya). Diketahui bahwa variabel gaya hidup (X_1) memberikan pengaruh sebesar 56,8% dan variabel persepsi kualitas produk (X_2) memberikan pengaruh sebesar 2,9%. Hasil analisis data menunjukkan bahwa gaya hidup (X_1) memiliki pengaruh yang lebih besar atau gaya hidup merupakan variabel yang dominan dalam keputusan pembelian smartphone android merek samsung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat disarankan beberapa hal diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone android merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya). Karena itulah dapat disarankan kepada perusahaan, agar dapat memahami dan mengikuti gaya hidup dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang lebih inovasi dan menarik dengan memiliki keunggulan produk smartphone android yang berbeda dengan lainnya atau pesaing.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, persepsi kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan yang paling rendah dibandingkan gaya hidup. Di sarankan ke perusahaan untuk lebih meningkatkan daya tahan pada Samsung android, karena pada pernyataan di variabel persepsi kualitas produk pada pernyataan "smartphone android merek Samsung memiliki

daya tahan yang bagus dan tidak mudah rusak" memiliki nilai yang rendah dibandingkan pernyataan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaliyah, Ratih Fadlilah. 2010. Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fatimah, Siti. Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda. Skripsi tidak diterbitkan. Samarinda: Universitas 17 Agustus 1945.
- Ferdinan, Comaeni Enril. 2013. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki Di Kota Solo). Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitriani, Desi, dkk. 2013. Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi. Skripsi tidak diterbitkan. Sumatra: STKIP PGRI.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibi, Mukhamad. 2013. Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. Skripsi tidak diterbitkan. PurWorejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Hasanah, Imas. 2010. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Nilai Emosional Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Revo Di Surabaya Pusat. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Iryanita, Rizky. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan). *Jurnal Penelitian Jurusan Manajemen*. Vol. 2, No 2, Tahun 2013, Halaman 1. Diakses 15 Desember 2014.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktisi Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana.

- Limakrisna, Nandan. 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Margiyanto, May. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Di Kota Semarang. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Putra, Febri Anggara. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Konsumen Iphone di Universitas Brawijaya). Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Brawijaya.
- Priamitra, Rully. Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Semarang. Skripsi tidak diterbitkan.
- Raharjo, Sahid. 2013. Uji Reliabilitas. (*Online*). (<http://www.konsistensi.com/2013/04/uji-reliabilitas-data-dengan-spss.html>) . Diakses 22 Januari 2015.
- Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna, Endrayanto, Poly. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu

