

PENGARUH DESAIN DAN HARGA PRODUK PC TABLET SAMSUNG GALAXI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI STKIP PGRI SUMBAR

Oleh

Minggus Riani¹, Hayu Yolanda Utami², Sri Wahyuni³

ABSTRACT

This study aims to analyze : 1) The extent to which the influence of the Product Design Purchasing Decisions . In Economics Education Program Students STKIP PGRI West Sumatra . 2) The extent to which the influence of the Product Price Purchase Decision . In Economics Education Program Students STKIP PGRI West Sumatra . 3) The extent to which the influence of design and price of Samsung galaxy Tablet PC Product Purchase Decision Against Students In Economic Education Program STKIP PGRI West Sumatra .

This type of research is descriptive associative . This research was carried out for 1 month . The population of this study is a proportion of students Prodi Economic Pendidikan STKIP PGRI West Sumatra totaling 100 people . The sampling technique of this study is accidental sampling technique which means sampling technique based on chance , ie anyone who by chance or accidental meeting with researchers can be used as a sample , if it is deemed that the person who happened to be found suitable as a source of data (Sugiyono , 2011:124) . This type of data is the primary data (ie, questionnaires) and secondary data . Data analysis was descriptive and inferential analysis through hypothesis testing using the F test and t test with $\alpha = 0.05$ The results of this study indicate that : 1) a significant difference between Product Design Students Against Purchasing Decisions On STKIP PGRI Economics Education Program West Sumatra , the significance of 0.000 , 2) a significant difference between the Purchase Price Products On students against decision Economics Education Program STKIP PGRI West Sumatra , then signifikannya of 0.000 , 3) Design and Product Pricing significant effect jointly to the Purchase Decision On Students Economics Education Program STKIP PGRI West Sumatra , signifikannya of 0.000 In this study the authors suggested that among consumers or students further enhance the purchasing decision is by mutual respect among fellow consumers . As such conditions as it will directly impact both for Economics Education Program Student satisfaction STKIP PGRI West Sumatra , so as to achieve the goals and objectives as desired or expected by the company or agency .

¹ Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat

² Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat

³ Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) Sejauh mana pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian. Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. 2) Sejauh mana pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian. Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. 3) Sejauh mana pengaruh Desain dan Harga Produk PC Tablet Samsung Galaxi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif asosiatif. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan. Populasi dari penelitian ini adalah Sebahagian Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yang artinya teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011:124). Jenis data adalah data primer (yakni penyebaran angket) dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial melalui uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t dengan $\alpha = 0,05$ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat, signifikannya sebesar 0,000, 2) terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat, maka signifikannya sebesar 0,000, 3) Desain dan Harga Produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat, signifikannya sebesar 0,000.

Dalam penelitian ini penulis memberi saran agar antar konsumen atau mahasiswa lebih meningkatkan lagi keputusan pembelian yaitu dengan saling menghargai antar sesama konsumen. Dengan demikian kondisi yang seperti itu secara langsung akan memberikan dampak yang baik bagi kepuasan Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat, sehingga dapat tercapai tujuan dan sasaran seperti yang di inginkan atau diharapkan oleh perusahaan atau instansi.

PENDAHULUAN

Era teknologi dan globalisasi dapat menjanjikan peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan seluler yang beroperasi di Indonesia. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing dipasaran. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi peluang yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut.

Perusahaan seluler di dalam negeri maupun perusahaan asing berusaha menciptakan jenis-jenis produk yang disukai oleh konsumen. Perusahaan seluler akan menjadi pemenang apabila dapat menjaring pelanggan dalam jumlah besar dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Kemajuan pesat dunia ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini tidak terlepas dari kemajuan dalam bidang komputer. Komputer membantu peningkatan ilmu pengetahuan, inovasi teknologi dan juga meringankan pekerjaan manusia. Sejak ditemukan komputer telah menyumbangkan andil yang sangat besar dalam merubah trend hidup manusia dari tradisional menjadi modern yang serba terkomputerisasi. Salah satu bentuk komputer yang terbaru dan lagi trend saat ini adalah PC Tablet, ini adalah bentuk pengembangan dari laptop.

Semakin lama pola pikir konsumen berubah seiring perkembangan zaman. Konsumen yang hanya menggunakan laptop, sekarang mulai beralih menggunakan PC Tablet. PC Tablet memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan komputer lipat alias laptop, yaitu PC Tablet dipercaya lebih ringkas dan simple hal itu dapat dilihat dari segi ukuran yang lebih mini dari laptop dan dari fitur pun tidak kalah menarik dari laptop. Keunggulan yang menonjol pada PC Tablet adalah dilengkapi dengan teknologi *touchscreen* atau layar sentuh sebagai perangkat input utama. Karena beberapa alasan tersebutlah akhirnya konsumen cenderung beralih menggunakan PC Tablet. Trend ini tidak saja terjadi diluar negeri, tapi telah merebak dalam negeri.

Alasan orang memakai Komputer Tablet - @iniunik.Web. id yaitu Komputer Tablet sedang booming. *Gadget* berbasis layar sentuh ini kian mendapat tempat di hati konsumen. Lalu apa alasan utama orang-orang senang memakai tablet semacam ipad, Galaxy Tab atau Motorola Xoom. Biro riset terkemuka, Nielsen, coba meneliti alasan mengapa orang memakai tablet. Berikut hasilnya :

Tabel 1.
Kegunaan Tablet Menurut Biro Riset Terkemuka Nielsen

Kegunaan Tablet	Persentase (%)
1. Mudah dibawa ke mana-mana	31%
2. <i>Interface/</i> sistem operasi gampang digunakan	21%
3. <i>Startup/</i> off yang cepat	15%
4. Nyaman digunakan	12%
5. Ukuran yang kompak	12%
6. Bisa digunakan di berbagai tempat	12%
7. Performa cepat	11%
8. Menyukai fiturnya seperti aplikasi atau kalender	10%
9. Ringan bobotnya	7%

Sumber : detik INET dari Fortune, Jumat (6/5/2011), Januari 2014

Melihat trend baru dari konsumen seperti itu dan besarnya jumlah penduduk Indonesia, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam teknologi komputer berlomba-lomba mengeluarkan produk PC Tablet andalannya masing-masing. Perusahaan-perusahaan komputer yang memasarkan produk mereka di Indonesia antara lain : Acer, Apple, Samsung, Axioo, Dell dll. Banyaknya perusahaan yang melempar produk mereka ke pasaran menciptakan persaingan yang tinggi dan keras dalam pasar Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Asosiatif artinya penelitian untuk memberikan uraian mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan tentang nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, berdasarkan indikator-indikator dari yang diteliti guna untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat (Iskandar, 2009). Penelitian ini dilaksanakan di prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar. Lokasi Penelitian ini berada di Kampus I Jl. Gunung Pangilun Padang. Penelitian ini dilaksanakan pada Februari 2014.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 14.
Distribusi Frekuensi Desain Berdasarkan Jawaban Responden

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Skor Total	Rata- rata	TCR	Ket
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1. Ketahanan	45	45	28	28	15	15	8	8	4	4	264	4,02	80,40	Baik
2. Keunikan	39	39	36	36	12	12	6	6	7	7	269	3,94	78,80	Baik
3. Keunikan	28	28	24	24	18	18	18	18	12	12	265	3,38	67,60	Baik
4. Keunikan	31	31	47	47	8	8	6	6	8	8	244	3,87	77,40	Baik
5. Gaya	25	25	23	23	35	35	10	10	7	7	247	3,49	69,80	Baik
6. Gaya	45	45	42	42	5	5	5	5	3	3	271	4,21	84,20	Sangat Baik
7. Gaya	24	24	41	41	22	22	7	7	6	6	259	3,7	74,00	Baik
8. Bentuk	22	22	35	35	19	19	10	10	14	14	255	3,41	68,20	Baik
9. Bentuk	34	34	20	20	21	21	10	10	15	15	256	3,48	69,60	Baik
Jumlah												34	670,00	
Rata-rata												4	74	Baik

Sumber : *Lampiran 10*

Dari Tabel 14 dapat diketahui bahwa data nilai total skor rata-rata hasil penyebaran kuesioner variabel desain produk adalah sebesar 4 yang menghasilkan tingkat pencapaian respondennya sebesar 74% dengan kategori baik.

Tabel 15.
Distribusi Frekuensi Harga Produk Berdasarkan Jawaban Responden

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Skor Total	Rata- rata	TCR	Ket
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
10. Harga Sesuai Kualitas	41	41	25	25	9	9	14	14	11	11	264	3,71	74,20	Baik
11. Harga Sesuai Kualitas	37	37	14	14	15	15	20	20	14	14	269	3,4	68,00	Baik
12. Harga Sesuai Kualitas	30	30	29	29	10	10	21	21	10	10	265	3,48	69,60	Sedang
13. Harga Bersaing	35	35	18	18	20	20	15	15	12	12	244	3,49	69,80	Baik
14. Harga Bersaing	34	34	26	26	19	19	13	13	8	8	247	3,65	73,00	Baik
15. Harga Produk Pengganti	52	52	24	24	13	13	5	5	6	6	271	4,11	82,20	Sangat Baik
16. Harga Produk	54	54	28	28	10	10	3	3	5	5	259	4,23	84,60	Sangat

Pengganti																			Baik
Jumlah												26	521,40						
Rata-rata												4	79,49	Baik					

Sumber : *Lampiran 10*

Dari Tabel 15 dapat diketahui bahwa data nilai total skor rata-rata hasil penyebaran kuesioner variabel harga produk adalah sebesar 4 yang menghasilkan tingkat pencapaian respondennya sebesar 79,49% dengan kategori baik.

Tabel 16.
Distribusi Frekuensi Keputusan pembelian Berdasarkan Jawaban Responden

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Skor Total	Rata-rata	TCR	Ket
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1. Pengenalan Masalah	55	55	27	27	10	10	3	3	5	5	264	4,24	84,80	Sangat Baik
2. Pencarian Informasi	53	53	29	29	10	10	4	4	4	4	269	4,23	84,60	Sangat Baik
3. Evaluasi Alternatif	30	30	58	58	10	10	1	1	1	1	265	4,15	83,00	Sangat Baik
4. Keputusan Pembelian	47	47	35	35	12	12	4	4	2	2	244	4,21	84,20	Sangat Baik
5. Perilaku Pasca Pembelian	31	31	40	40	17	17	9	9	3	3	247	3,87	77,40	Baik
6. Perilaku Pasca pembelian	37	37	38	38	21	21	2	2	2	2	271	4,06	81,20	Sangat Baik
Jumlah												25	495,20	
Rata-rata												4	82,53	Sangat Baik

Sumber : *Lampiran 10*

Dari Tabel 16 dapat diketahui bahwa data nilai total skor rata-rata hasil penyebaran kuesioner variabel Keputusan pembelian adalah sebesar 4 yang menghasilkan tingkat pencapaian respondennya sebesar 82,53% dengan kategori sangat baik.

Tabel 17.
Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Standardized Residual	100	.338	.241	.428	.478
Valid N (listwise)	100				

Sumber: *Lampiran 11*

Jika nilai Jerque-Bera (JB) $\leq X^2$ Tabel maka nilai residual terstandarisasi dinyatakan berdistribusi normal. Untuk menghitung nilai statistik jerque-bera (JB) digunakan rumus sebagai berikut:

$$JB = N \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

$$JB = 100 \left[\frac{0,338^2}{6} + \frac{(0,428-3)^2}{24} \right] = 8,7307$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh nilai statistik Jerque-Bera sebesar 8,7307, sedangkan nilai X^2 tabel dengan nilai df: 0,05 adalah 122,108. Karena nilai statistik Jerque-Bera (8,7307) $<$ nilai X^2 tabel (122,108). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal.

Tabel 18.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
X2-X1	0,590	0,348	0,341	4,885
X1-X2	0,590	0,348	0,341	4,599

Sumber: *Lampiran 11*

Dari Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Desain produk (X1) memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,348 harga produk (X2) sebesar 0,348. Dari nilai koefisien determinasi di atas dapat dicari nilai *Tolerance* (TOL) dan VIF dari masing-masing variabel dengan cara seperti berikut:

a. Regresi variabel X2-X1

$$\text{Nilai TOL} = (1 - R^2) = 1 - 0,348 = 0,652$$

$$\text{Nilai VIF} = 1 / \text{TOL} = 1 / 0,652 = 1,534$$

b. Regresi Variabel X1-X2

$$\text{Nilai TOL} = (1 - R^2) = 1 - 0,348 = 0,652$$

$$\text{Nilai VIF} = 1 / \text{TOL} = 1 / 0,652 = 1,534$$

Dari Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF kecil dari 10. Dimana, VIF variabel desain produk sebesar 1,534 variabel harga produk sebesar 1,534. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 19.
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.034	.721		2.820	.006
	Desain Produk	.000	.025	-.004	-.034	.973
	Harga Produk	-.023	.027	-.108	-.862	.391

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan hasil analisis di atas gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpa ($\text{Sig} > 0,05$) maka dipastikan metode tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 20.
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 ^a	.701	.694	1.880	2.022

a. Predictors: (Constant), Harga Produk, Desain Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Lampiran 11

Dari hasil uji Durbin-Watson menunjukkan nilai sebesar 2,022. Nilai tersebut jika dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% (persen), jumlah sampel 100, dan variabel bebas atau independen ($k = 2$) maka nilai Durbin Watson dl sebesar 1,634 dan du sebesar 1,715 kemudian dibandingkan seperti Tabel di bawah ini:

Tabel 21.
Penentuan Kategori Autokorelasi

No	Kategori	Hasil	Keterangan
1	$0 < d < dl$	$0 < 2,022 < 1,634$	Tidak ada autokorelasi positif (Tidak terbukti)
2	$dl \leq d \leq du$	$1,634 < 2,022 > 1,715$	Tidak ada autokorelasi positif (Tidak terbukti)
3	$4-dl < d < 4$	$2,366 > 2,022 < 4$	Tidak ada autokorelasi negatif (Tidak terbukti)
4	$4-du \leq d \leq 4-dl$	$2,285 \geq 2,022 \leq 2,366$	Tidak ada autokorelasi negatif (Tidak terbukti)
5	$du < d < 4-du$	$1,715 < 2,022 < 2,285$	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif (terbukti)

Sumber: Lampiran 11

Oleh karena itu Nilai DW 2,022 lebih besar dari batas atas (du) 1,715 dan kurang dari 2-1,715 ($2-du$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif. Jadi dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

Tabel 22.
Analisis Regresi Berganda

Model	B	Standar Error	T	Sig	Keterangan
(Constant)	8,494	1,112	7,638	0,000	Ho Ditolak
Desain produk	0,289	0,039	7,437	0,000	Ho Ditolak
Harga produk	0,256	0,041	6,198	0,000	Ho Ditolak

Sumber: Lampiran 11

Dari Tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi dari variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 8.494 + 0,289 X_1 + 0,256 X_2$$

1. Dari persamaan regresi berganda di atas terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 8.494 menunjukkan bahwa tanpa adapun variabel bebas yaitu Desain produk dan Harga produk terhadap Keputusan pembelian adalah positif sebesar 8.494.
2. Koefisien Desain produk (X_1) yakni 0,289. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Desain meningkat sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,289 menunjukkan bahwa Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Koefisien Harga produk (X_2) yakni 0,256. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Harga meningkat sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,256 menunjukkan bahwa Harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

E. Uji Hipotesis

1. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 23.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,837	0,701	0,694	1,880

Sumber: Lampiran 11

Dari Tabel 23 di atas memperlihatkan bahwa nilai R square 0,701 atau 70,1%. Artinya pengaruh Desain produk dan Harga produk terhadap keputusan pembelian adalah 70,1% sedangkan 29,9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji t

Berdasarkan hasil penelitian regresi berganda pada Tabel 21 terlihat bahwa pengujian Hipotesis masing-masing variabel bebas atau uji parsial sebagai berikut :

a. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Desain produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar. Dari hasil analisis diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan thitung $7.437 > t$ tabel 1.987. Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.

b. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar. Dari hasil analisis diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $6.198 > t$ tabel 1.987. Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Harga produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.

Tabel 24.

ANOVA

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig	Keterangan
Regresion	802.000	2	401.000	113.485	0,000a	H_0 ditolak
Residual	342.750	97	3.534			
Total	1144.750	99	-	-	-	-

Sumber: Lampiran 11

Dari hasil analisis diperoleh nilai sig sebesar 0,000 hal ini $< a = 0,05$ nilai F hitung $113.485 > F$ tabel 3.104, akibatnya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti Desain produk, Harga produk

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.

F. Pembahasan

1. Desain produk (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Menurut Boyd Walker (2000). Produk, distribusi barang, harga dan promosi sering kali menjadi penentu keberhasilan penjualan. Keberhasilan penjualan produk dapat ditentukan dengan pendistribusian barang, harga dan promosi yang efektif akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini yang dapat menunjukkan desain produk sangat dibutuhkan oleh konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan mereka. Karena desain produk yang mampu memenuhi keinginan mereka dapat menunjang aktivitas yang konsumen lakukan dalam kegiatan sehari-hari.

Sedangkan desain produk yaitu mengerti dan memahami tentang apa yang dimaksudkan dengan produk, yang bisa diartikan sebagai kepuasan yang ditawarkan produsen (perusahaan) kepada konsumen. Untuk dapat mencapai maksud tersebut maka sudah selayaknya perusahaan memfokuskan diri pada pengembangan keunggulan bersaing melalui strategi bisnis, diantaranya pembedaan (diferensiasi), biaya rendah (kepemimpinan biaya), respon cepat (rapid respon) atau kombinasi diantaranya ketiga strategi tersebut.

Selanjutnya dalam penelitian Asih Purwanto (2008) yang meneliti tentang Pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Series Pada Dealer Yamaha Agung Motor Semarang.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh adanya desain yang merupakan daya tarik adanya keputusan pembelian.

2. Harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Menurut Boyd Walker (2000). Harga, ketersediaan dan daya Tarik dari merek-merek alternatif dan produk-produk pengganti mempengaruhi keputusan pembelian. Teori ini dikatakan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun kenyataan dalam penelitian harga memang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya, dan konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan.

Selanjutnya dalam penelitian Purwati, (2012) yang meneliti tentang Pengaruh harga dan kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti).

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh adanya harga yang terjangkau oleh konsumen.

3. Desain produk (X1) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

Harga, ketersediaan dan daya tarik dari merek-merek alternatif dan produk-produk pengganti mempengaruhi keinginan pembelian produk tersebut. Produk, distribusi barang, harga dan promosi sering kali menjadi penentu keberhasilan penjualan. Secara bersama desain produk dan harga produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian PC Tablet Samsung Galaxi karena konsumen membutuhkan desain produk yang dapat menunjang aktivitas mereka, harga merupakan biaya yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan PC Tablet Samsung Galaxi.

Ternyata jika dilihat desain dan harga produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian (keputusan pembelian) (Y).

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis data pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui bahwa Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar dengan tingkat sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 7.437 > t \text{ tabel } 1.987$.

Maka dapat disimpulkan semakin bagus Desain produk maka semakin tinggi keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.

2. Dari hasil analisis data pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui bahwa Harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar dengan tingkat sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $6.198 > t$ tabel 1.987 maka dapat disimpulkan semakin bagus Harga produk maka semakin tinggi keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.
3. Dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa Desain produk, Harga produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar, besarnya pengaruh tersebut adalah $70,1\%$. Maka dapat disimpulkan semakin baik Desain produk, Harga produk maka akan semakin baik pula keputusan pembelian mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumbar.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Samsung
Diharapkan PT.Samsung lebih bijak dalam meningkatkan ketahanan kualitas produk nya untuk kedepannya atau dimasa yang akan datang terhadap keputusan pembelian dalam menghadapi persaingan seiring dengan produk yang dikeluarkan.
2. Bagi Akademika
Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan sehubungan dengan keputusan pembelian bagi mahasiswa STKIP PGRI SUMBAR.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan penelitian ini memberikan data, dan informasi serta menambah referensi kepustakaan mengenai keputusan pembelian dan bahan studi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan pengembangan yang lebih variatif.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, ada keterbatasan ketika peneliti melakukan pengolahan data dimana berdasarkan hasil analisis besarnya nilai R_{square} adalah $0,701$ Hal ini berarti $70,1\%$ keputusan pembelian dipengaruhi variabel desain (X_1) dan harga produk (X_2) sedangkan $29,9\%$ diperjelas oleh faktor lain di luar penelitian ini. Sehingga dengan begitu peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dengan judul yang sama dapat menambah variabel yang belum ada dalam penelitian ini supaya nilai R_{square} lebih besar lagi dibandingkan dengan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Boyd, Walker, dan Larrece. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendidikan Strategi dengan Organisasi Global*, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

[Ghozali, Imam. 2005.](#) Statistik Nonparametrik. Semarang: Badan UNDIP.

Iskandar. 2009. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : GP. PRES.

Sugyono. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Alfabeta Bandung.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali.

