

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI IPHONE 11 SUMABAR SMARTHPNONE

Nurul Nadhira Firdaus¹Irda² Linda Wati³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

NurulnadhiraFirdaus90@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id, lindawati@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian dan urgensi penelitian. Smartphone telah menjadi sebuah kebutuhan yang memiliki multi fungsi, khusus sebagai alat komunikasi untuk melaksanakan berbagai kegiatan. Iphone merupakan salah satu smartphone yang paling dicari dan paling banyak penggemarnya. Hal ini dikarenakan Iphone memiliki system operasi yang cepat yang memudahkan untuk pengguna Iphone, iphone telah mengeluarkan produk yang baru yaitu iphone 11 yang memiliki kualitas yang lebih canggih dari sebelumnya. Hal ini dapat dibuktikan perbandingan survey awal iphone 11 dan samsung fold hasilnya iphone 11 memiliki 22 orang sangat setuju dan samsung fold hanya memiliki 19 orang sangat setuju untuk berminat membeli. Melihat minat beli iphone 11 sangat tinggi membuat tertarik untuk melakukan penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah Untuk menganalisis apakah pengaruh Harga terhadap minat beli Iphone 11 di sumbarsmartphone, Untuk menganalisis apakah pengaruh citra merek terhadap minat beli Iphone 11 di sumbar smartphone, Untuk menganalisis apakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Iphone 11 di sumbar smartphone.

Penelitian ini menggunakan teori Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli Konsumen, Minat Beli merupakan Minat beli adalah keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu

produk [1]. Harga yaitu Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk[2]. Citra Merek adalah persepsi dan keyakinan terhadap sekumpulan asosiasi suatu merek yang terjadi dibenak konsumen[3]. Kualitas Produk Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang beminat beli iphone 11 di kota Padang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 138 orang responden, dengan teknik penarikan sample adalah *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data primer yang diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode analisis deskriptif dan analisis regresi linear dengan analisis path melalui SPSS. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial dan menggunakan uji F-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan harga, citra merek dan kualitas produk akan menghasilkan sebuah minat beli apa bila konsumen merasa tertarik dengan harga, citra merek, dan kualitas produk. Persamaan regresi

dalam penelitian ini terdapat dua model persamaan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

No	Arah	T statistik	Sig.	Ket.
1	Harga → Minat beli	0,299	0,007	H1 diterima
2	Citra merek → Minat Beli	0,099	0,113	H2 ditolak
3	Kualitas Produk → Minat Beli	0,483	0,000	H3 diterima

Sumber: lampiran 8 hal 40 data diolah 2020

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa harga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen iPhone 11, sedangkan citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen iPhone 11.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat ditemukan bahwa citra merek tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen iPhone 11.

SARAN

Disarankan kepada pihak Apple Inc dan Sumbar Smartphone untuk lebih memperhatikan harga dan kualitas produk agar menarik dan menimbulkan minat beli bagi konsumen yang berminat beli iPhone 11.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Wijayasari, Nilla Dan 2018. Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 7, No. 2.
- [2]. Swasta, B. 2002, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- [3]. Oentoro Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta,

[4]. Prehalindo, Penerbit LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.

[5]. Harjanto, Rudy, 2009, *Prinsip-Prinsip Periklanan*, Jakarta, PT Gramedia Jakarta