
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* REALME DI KOTA PADANG

Muhammad Shadiq¹, Irda²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : muhammadshadiq07@gmail.com irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat ini Media teknologi komunikasi semakin canggih di kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindarkan lagi. Masyarakat yang menggunakan media komunikasi berupa *smartphone* atau ponsel pintar Sudah semakin banyak. Dan diprediksi akan terus meningkat. Dapat dilihat dari gambar di bawah Hingga 2025, setidaknya 89,2% populasi di Indonesia telah memanfaatkan *smartphone*. [1]

Pada awalnya *smartphone* merupakan barang yang dianggap mewah, yang memilikinya hanya orang kalangan ekonomi atas. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin maju, *smartphone* sudah menjadi barang primer serta mudah dibeli. Saat ini *smartphone* sudah menjadi alat komunikasi penting yang di gemari oleh berbagai macam kalangan masyarakat, baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Selain sebagai alat komunikasi, *smartphone* sudah menjadi gaya hidup di masyarakat pada saat ini.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi dalam produksi *smartphone*, sekarang berbagai jenis merek *smartphone* dengan berbagai macam harga dapat ditemui. Salah satu merek yang ada di Indonesia saat ini yaitu Realme. Realme berfokus pada kebutuhan pengguna dan menyajikan produk dengan kinerja yang kuat dan desain yang trendi bagi anak muda. Realme memiliki komitmen untuk menjadi trendsetting teknologi. Realme juga selalu berupaya untuk menawarkan pengalaman trendi dengan harga yang terjangkau. Namun Dari beberapa *brand smartphone* yang ada di Indonesia, Realme

menduduki peringkat ke-5 dengan penjualan paling rendah dengan persentasi sebesar 13,6 %. [2]

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei dan peneliti menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data, jenis penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang.

Penentuan jumlah sampel yaitu bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda) maka jumlah sampel minimal 20 dikali dari jumlah variabel yang diteliti, [3]. Dengan demikian maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 4, maka $4 \times 20 = 80$ responden.

Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, adapun kriteria yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut: 1.) berdomisili di Kota Padang, Sumatra Barat. 2.) belum pernah membeli *smartphone* realme. 3.) usia minimal 17 tahun, karna responden telah memiliki kemampuan dalam mengisi kuesioner dengan baik dan benar. Penelitian ini menggunakan PLS sebagai alat analisis. PLS merupakan salah satu metode untuk melaksanakan permodelan SEM dengan menggunakan software SmartPLS.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik

Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis

| Arah | Original Sampel | T Statistic | P Values | Keterangan |
|-------------------------------|-----------------|-------------|----------|-------------------------|
| Harga -> Minat Beli | 0.255 | 2.019 | 0.044 | H ₁ diterima |
| Kualitas Produk -> Minat Beli | 0.231 | 2.054 | 0.041 | H ₂ diterima |
| WOM -> Minat Beli | 0.324 | 3.332 | 0.001 | H ₃ diterima |

Sumber: Data Olahan SmartPLS 2022

a. Harga Terhadap Minat Beli

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait pengaruh Harga terhadap minat beli dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0.255, *T statistik* 2.019 ($>1,96$) dan *P values* 0.044 ($<0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli *Smartphone* Realme di kota Padang, sehingga hipotesis pertama (H₁) diterima.

b. Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait pengaruh kualitas produk terhadap minat beli dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0.231, *T statistik* 2.054 ($>1,96$) dan *P values* 0.041 ($<0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli *Smartphone* Realme di kota Padang, sehingga hipotesis kedua (H₂) diterima.

c. *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat beli dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0.324, *T statistik* 3.332 ($>1,96$) dan *P values* 0.001 ($<0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli *Smartphone* Realme di kota Padang, sehingga hipotesis ketiga (H₃) diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang
3. *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang.

Dari hasil penelitian yang diperoleh, adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi beberapa pihak dimasa yang akan datang. Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dengan tema atau dengan judul yang sama disarankan agar mengembangkan penelitian ini seperti menambah variabel baru. Sehingga tercipta penelitian-penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan objek yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah total sampel yang digunakan sehingga hasil yang didapat pada penelitian ini lebih baik lagi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih dapat memanfaatkan waktu penelitian sehingga menghasilkan hasil penelitian yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025> (diakses pada 14 oktober 2021)
- [2]<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/16/vivo-kuasai-penjualan-ponsel-pintar-di-indonesia> (diakses pada 14 oktober 2021)
- [3] Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.