BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 16.0 maka tujuan yang akan dikemukakan oleh oeneliti adalah untuk menjelaskan :

a. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP

Dari uji t yang telah dilakukan, variabel citra merek dinyatakan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Laptop HP merupakan laptop yang mempunyai citra merek yang baik, yang mampu meningkatkan kesuksesahan perusahaan. Maka ketika konsumen sudah percaya terhadap citra merek laptop HP, maka konsumen akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk tersebut, sehingga berdampak pada keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Irana Dewi Lubih dan Rahmat Hidayat dengan judul " Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini tidak berpengaruh signifikan, hal tersebut disebabkan karena faktor citra merek bukan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.

b. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel,}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulakan bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Karena besar kecilnya harga yang ditawarkan perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen berpendapat bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kaulitas yang baik. Semakin tinggi harga yang ditetapkan, maka semakin rendah keputusan pembelian yang akan diberikan. Begitu pula sebaliknya,

semakin rendah harga yang ditetapkan, semakin tinggi keputusan pembelian yang akan diberikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suri Amilia yang berjududl "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa" bahwasanya harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Kotler dan Amstrong, harga sebagai jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak penggunaan produk. Harga dalam keputusan pembelian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memengaruhi keputusan konsumen dalan pembelian suatu produk, pemasar biasanya memodifikasi harga mereka. Pemahaman konsumen terhadap harga mempunyai dampak yang penting terhadap penetapan kebijakan harga. Konsumen dapat mempunyai espektasi atas hubungan harga dengan kualitas. Konsumen mungkin mempunyai ekspektasu bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kualitas yang lebih baik. Harga adalah sejumlah uang yang harus di bayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.[73]

Berdasarkan hasil penelitian ini, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, ketika harga yang ditetapkan oleh laptop HP sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, produk yang

[73] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran....* Hal. 73

memiliki kualitas yang bagus akan secara otomatis berpengaruh positif terhadap keputusan seorang konsumen dalam membeli sebuah produk.

c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kulaitas produk menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dimana laptop HP mempunyai keunggulan di kualitas produk seperti laptop HP mempunyai batrai yang tahan lama, mempunyai tampilan yang kokoh, mempunyai firur-fitur yang menunjang, mempunyai carger ganda. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghanimata dengan judul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang". Bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bandeng juwana Elrina Semarang.

Hasil penelitian sesuai dengan teori dari Kotler dan Amstrong dalam Iful Anwar, kualitas produk merupakan suatu kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk di dalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, kendala, ketepatan, kemudian pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.[74]

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, ketika kualitas produk yang diberikan oleh laptop HP sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, produk yang memiliki kualitas yang bagus akan secara otomatis berpengaruh positif terhadap keputusan seorang konsumen dalam membeli sebuah produk.

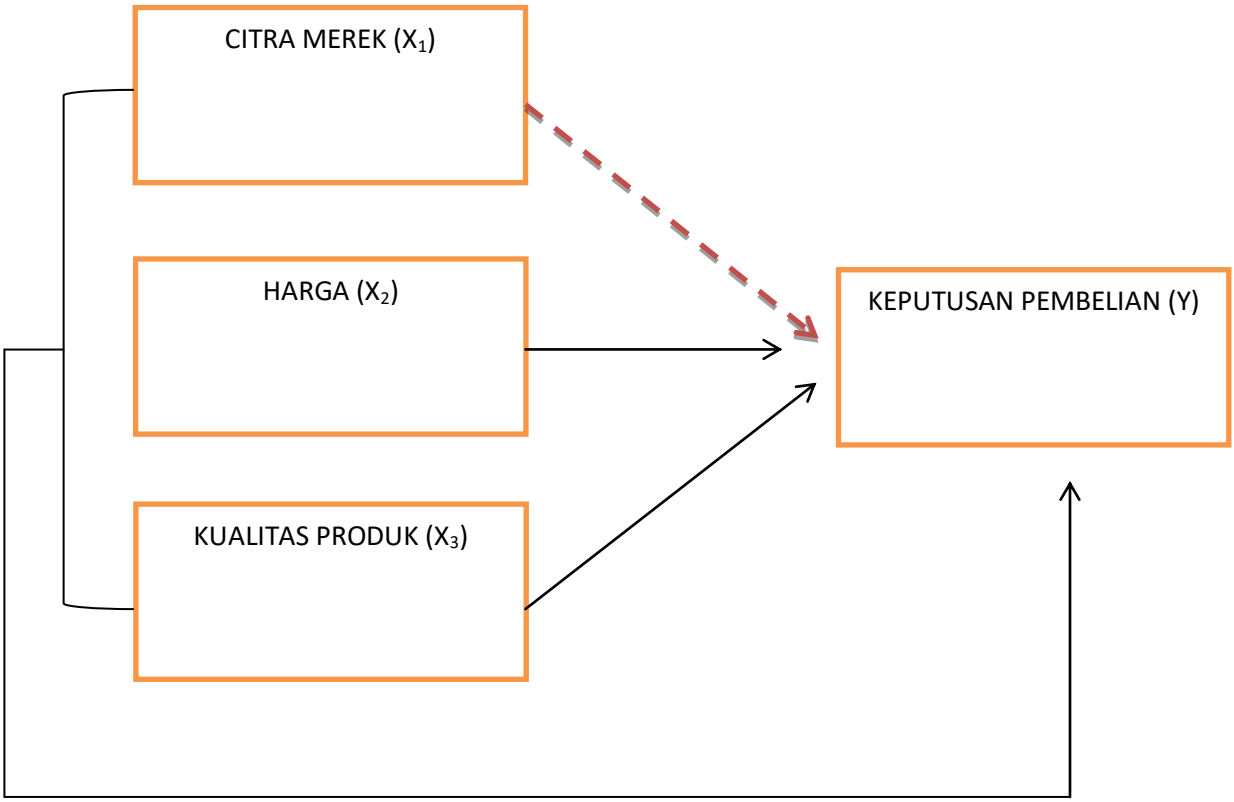
d. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil uji f yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hal ini ditunjukkan dengan H_o ditolak dan H_1 diterima. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$

[74] Iful Anwar, *Pengaruh Harga* ... Hal. 3

Hasil penelitian sesuai dengan teori dari Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian merupakan tahapan dalan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. [75]

Berdasarkan hasil penelitian ini, citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Yang berarti, bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk menimbulkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk..

[75] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*....Hal. 141.

e. Kerangka Konsep Setelah Penelitian