

Terbit : 01 Juni 2023

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Dalu X-B Tanjung Morawa)

Gita Wardani¹, Yayuk Yuliana², Julianto Hutasuhut³, Abd.Rasyid Syamsuri⁴
^{1,2,3,4}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

gitawardani98@gmail.com¹, yayukyuliana@umnaw.ac.id², julianto@umnaw.ac.id³,
abd.rasyidsyamsuri@umnaw.ac.id⁴

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo. Populasi penelitian adalah masyarakat Dalu X-B Tanjung Morawa yang menggunakan Smartphone Vivo sebanyak 45 orang. Teknik sampel menggunakan sampel jenuh sehingga jumlah sampel penelitian ini adalah sebesar 45 orang. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier sederhana. Untuk membuktikan hipotesis dianalisis berdasarkan uji t. Hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = 3.680 + 0,601X$. Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk kualitas produk sebesar 8,075 dan lebih besar dari t table yaitu 1,6810 serta nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,603 hal ini berarti 60,3% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya ($100\% - 60,3\% = 39,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membuat masyarakat dapat berkomunikasi lebih praktis dan cepat. Salah satu teknologi komunikasi yang sedang populer dan digandrungi masyarakat adalah smartphone. Bahkan saat ini smartphone telah menjadi penunjang aktivitas sehari-hari sehingga cenderung menjadi kebutuhan hidup masyarakat di Indonesia. Tren bisnis ini tentu menjadi sesuatu yang begitu penting diperhatikan oleh produsen. Karena persaingan dalam industri smartphone terus meningkat maka kualitas produk merupakan unsur penting yang harus diperhatikan. Beberapa fitur yang dominan menjadi pertimbangan dalam pemilihan kualitas produk misalnya adalah fitur multimedia, kehandalan, kecanggihan kamera, inovasi layanan dan keunikan yang tidak dimiliki produk lain.

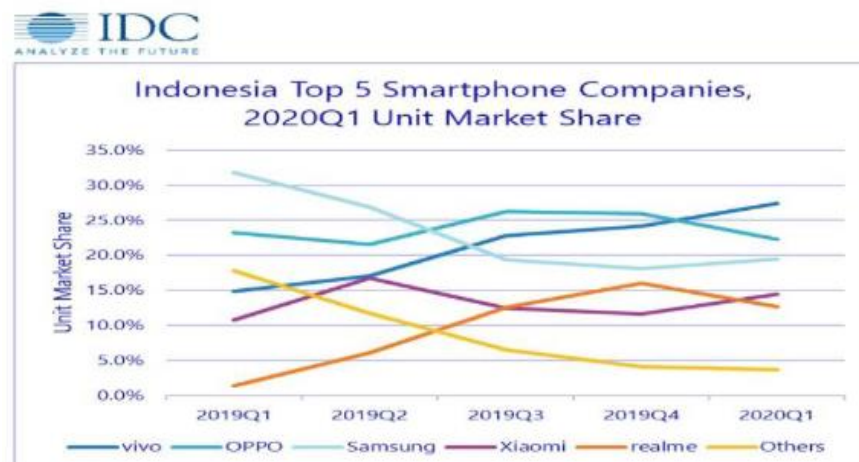
Selanjutnya dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat yang membaik mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas produk yang digunakan. Kebutuhan smartphone telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak smartphone yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi.

Beberapa merek smartphone yang bersaing dalam pasar smartphone di Indonesia antara lain: Samsung, Vivo, Lenovo, Oppo dan lain-lain. Masing-masing merek terus melakukan inovasi

untuk mengeluarkan produk-produk unggulannya. Banyaknya jenis dan merek smartphone yang ditawarkan di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan, dan hal ini sangat mendorong para produsen untuk menjual produknya dengan kualitas yang baik. Produsen smartphone yang melihat sebuah fenomena bahwa semakin meningkatnya pengguna smartphone di Indonesia, membuat mereka berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumennya dan juga terus berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Faktor-faktor yang menjadi alasan bagi konsumen untuk melakukan pembelian seperti: kualitas produk, promosi, garansi, dan lain-lain. Para produsen smartphone terus melakukan perbaikan kualitas dan melakukan inovasi-inovasi produk. Perusahaan harus dapat mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks.

Smartphone Vivo di Indonesia ini terus menunjukkan komitmennya untuk menjadi smartphone yang terdepan dalam kualitas dan inovasi produk. Arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Fitur-fitur yang ditawarkan Smartphone Vivo memudahkan para pengguna smartphone di semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Berikut ini adalah data berdasarkan riset IDC 2020 terdapat top 5 brand di Indonesia yaitu Vivo, Oppo, Samsung, Xiaomi, dan Realme.



Gambar 1. Riset IDC 2020 terdapat top 5 brand di Indonesia yaitu Vivo, Oppo, Samsung, Xiaomi, dan Realme

Sumber, Hasil Penelitian, 2023

Gambar 1 menjelaskan bahwa keberadaan xiaomi masih berada jauh posisinya dibandingkan dengan Vivo, Oppo, dan Samsung. Namun demikian perkembangan Xiaomi sebagai produsen smartphone asal China keberadaannya mampu bersaing diantara Vivo, oppo, realme, bahkan Samsung, dan saat ini smartphone xiaomi menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat menengah ke bawah karena dengan harga murah dan kualitas bagus tak kalah dengan Vivo, Oppo dan Samsung mereka dapat memiliki smartphone yang dapat menunjang aktivitas sehari-hari.

Smartphone Vivo mengusung teknologi 4G, sehingga kecepatan dalam mengakses internet tidak perlu diragukan. Dan saat ini smartphone tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar bagi hampir setiap orang khususnya Masyarakat Desa Dalu X B Tanjung Morawa. Masyarakat sering mengikuti perkembangan smartphone dikarenakan berbagai macam faktor, antara lain sebagai kebutuhan karena mempermudah dalam berkomunikasi,

mencari referensi-referensi, begitupun juga dengan internet yang sudah menjadi kebutuhan wajib bagi setiap orang yang mempunyai Smartphone, masyarakat juga menggunakan smartphone untuk membantu komunikasi dengan orang yang dekat maupun diluar daerah.

Smartphone Samsung masih dalam posisi teratas di pasar Indonesia. Hal ini menandakan bahwa Smartphone Vivo masih kurang diminati oleh masyarakat termasuk para Masyarakat Dalu X B, dikarenakan banyaknya produk smartphone lain yang sejenis, membuat keputusan pembelian masyarakat pada Smartphone Vivo tidak meningkat banyak. Penjualan perusahaan seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Penjualan Smartphone 2021 & 2022 (Dalam Persen)

Smartphone	2021	2022
Samsung	28%	27%
Xiaomi	19%	21%
Oppo	17%	17%
Vivo	6%	9%
Lainnya	35%	26%
Total	100%	100%

Sumber: Counterpoint Research Market Pulse, 2023.

Hal ini disebabkan oleh sikap konsumen yang selalu ingin mencari produk yang terbaik, produk Smartphone Vivo pada 2021 dan 2022 memang ada sedikit peningkatan penjualan yaitu 3%, hal ini belum membuat Vivo naik peringkat. Terlalu banyak pesaing-pesaing Smartphone lain sehingga membuat masyarakat harus lebih efektif dalam menentukan pilihan Smartphone yang terbaik.

Berdasarkan uraian di atas, suatu perusahaan hendaknya lebih meningkatkan kualitas produk yang akan di pasarkan kepada masyarakat, sehingga produk tersebut dapat di minati oleh masyarakat. Maka penulis tertarik mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Vivo (Studi Kasus Masyarakat Desa Dalu X B Tanjung Morawa)”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2018), dari sudut pandang produsen atau pemasar, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Berdasarkan perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang di terima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasar. Produk mencakup berbagai tipe, diantaranya barang fisik seperti mobil, smartphone, televisi dan lain sebagainya.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang berkemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2016), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat positioning utama seorang pemasar. Ginting, dkk (2023) menyatakan bahwa kualitas produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, diantaranya keistimewaan produk (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*) dan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*).

Keputusan Pembelian

Trifts dan Buchwitz (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan konsumen dalam membeli, memilih, dan menggunakan produk untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka. Weenas, (2019) menyatakan Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang dikombinasikan guna mengevaluasi beberapa sikap alternatif serta memilih salah satu diantara lain. Selain itu Machfoedz (2017) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu

proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Pendapat Kapirossi dan Prabowo (2023) terdapat empat indikator keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu tidak ada pemilihan merek lain, informasi tentang kualitas, ketertarikan untuk membeli ulang dan pengenalan terhadap masalah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjudul “pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo (Studi Kasus Masyarakat Desa Dalu X-B Tanjung Morawa). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Masyarakat Dalu X-B Tanjung Morawa yang menggunakan Smartphone Vivo yang belum diketahui. Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 45 orang yang berasal dari Masyarakat Dalu 10 B Tanjung Morawa yang menggunakan Smartphone Vivo. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan rumus $Y = a + bX$ dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada smartphone Vivo menggunakan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan uji validitas instrument menggunakan analisis korelasi person dengan bantuan SPSS. Keputusan mengenai butir item yang dinyatakan valid dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir item dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validiyas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Kualitas Produk (X)	X _{1.1}	0,866	0,5	Valid
	X _{1.2}	0,874	0,5	Valid
	X _{1.3}	0,537	0,5	Valid
	X _{1.4}	0,758	0,5	Valid
	X _{1.5}	0,889	0,5	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,880	0,5	Valid
	Y.2	0,723	0,5	Valid
	Y.3	0,594	0,5	Valid
	Y.4	0,807	0,5	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Dari tabel 2 di atas diketahui, korelasi antara masing-masing skor pernyataan dengan skor total dinyatakan valid, karena r-hitung lebih besar dari r-tabel. Berdasarkan nilai validitas diketahui hasil angket bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

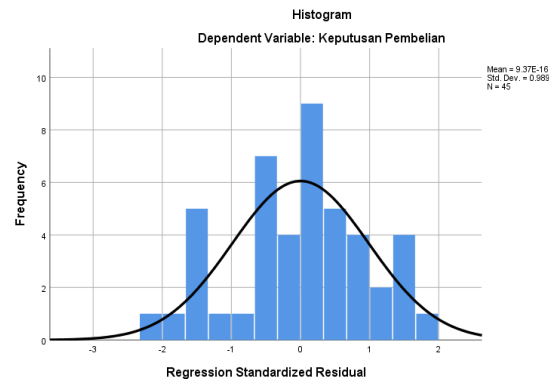
Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai cronbrach alpha di atas 0,7.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen Penelitian	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,803	0,7	Reliable
Keputusan Pembelian	0,792	0,7	Reliable

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

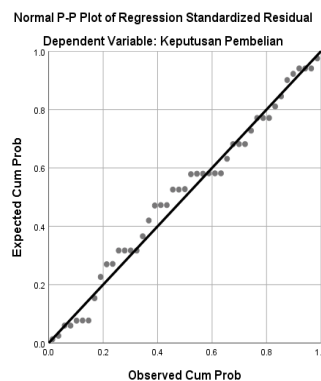
Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan angka *Cronbach's Alpha* pada masing-masing kolom variabel tersebut lebih besar dari 0,7 (batas reliabilitas) maka dapat dinyatakan instrumen tersebut *reliable*. Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen yang digunakan berdistribusi dengan normal atau tidak atau tidak mempunyai distribusi normal melalui analisis grafik. Pembuktian apakah data yang digunakan dapat berdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat pada grafik histogram dan *probability plot*. Dapat dikatakan normal jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2. Diagram Histogram

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan normal hal ini terlihat dari pola data membentuk lonceng dan berada ditengah-tengah sehingga dapat disimpulkan data tersebut normal.



Gambar 3. Grafik Normal P-Plot

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada Gambar 3. grafik P-Plot, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar grafik tersebut memperlihatkan bahwa pola distribusi cenderung normal, data menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45765452
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.081
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pengujian normalitas data diperoleh nilai probabilitas berdasarkan nilai *standardized* 0,05 dengan hasil uji keseluruhan variabel yaitu sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.

Untuk menjalin hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.680	1.479		2.489	.017
	Kualitas Produk	.601	.074	.776	8.075	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan pada tabel 5 di atas maka persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini adalah $Y = 3.680 + 0,601X$

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 3.680, nilai b sebesar 0,601 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 3.680 + 0,601X$ dimana kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat pada keterangan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) sebesar 3.680 menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Vivo Masyarakat Desa Dalu X-B Tanjung Morawa.
2. Kualitas produk (X) sebesar 0,601 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan keputusan pembelian.

Uji t (parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.680	1.479		2.489	.017
	Kualitas Produk	.601	.074	.776	8.075	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel = pada n-2 (45-2) adalah 43 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1,6810. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi sederhana yaitu “ Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,776 nilai t hitung > t tabel (8,075 > 1,6810) dan signifikan sebesar 0,000 < 0,05 artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka H_0 diterima.

Koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Untuk regresi linier sederhana sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis Adjusted R Square karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian nilai *R Square/Adjusted R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.593	1.475

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,603 hal ini berarti 60,3% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya (100%-60,3%=39,7%) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2016), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat positioning utama seorang pemasar. Menurut Ginting, dkk (2023) menyatakan bahwa kualitas produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, diantaranya Keistimewaan produk (Features), Keandalan (Reliability), Kesesuaian (Conformance), Ketahanan (Durability) dan Kualitas yang dirasakan (perceived quality).

Pendapat Putra dan Susanto (2019) menjelaskan, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses yang terdiri dari lima tahapan dimana tahapan-tahapan tersebut antara lain ialah: (1) pengenalan masalah (2) pencarian informasi (3) pengevaluasian alternatif (4) keputusan pembelian (5) perilaku setelah pembelian. Sedangkan menurut Kapirossi dan Prabowo (2023) terdapat empat indikator keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu tidak ada pemilihan merek lain, informasi tentang kualitas, ketertarikan untuk membeli ulang dan pengenalan terhadap masalah.

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada responden menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif terhadap pernyataan yang penulis ajukan berkaitan

dengan kualitas produk dan keputusan pembelian. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk dan keputusan pembelian dinilai baik oleh responden. Kualitas produk dapat mengakibatkan terjadinya keputusan pembelian terhadap Smartphone Vivo menjadi meningkat. Dimana peningkatan yang ditimbulkan dari kualitas produk yang dimiliki oleh smartphone Vivo tersebut berdampak pada keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan temuan-temuan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ladona (2019), Prawira (2019), Revita (2018) dan Lestari (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil perhitungan uji t maka diperoleh t_{hitung} untuk Kualitas Produk sebesar $8,075 > 1,6810$ dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka H_0 diterima. Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan ($R Square$) sebesar $0,603$ hal ini berarti $60,3\%$ variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya ($100\% - 60,3\% = 39,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Vivo (Studi Kasus Masyarakat Desa Dalu X-B Tanjung Morawa), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan uji t maka diperoleh t_{hitung} untuk Kualitas Produk sebesar $(8,075 > 1,6810)$ dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka H_0 diterima.
2. Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan ($R Square$) sebesar $0,603$ hal ini berarti $60,3\%$ variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya ($100\% - 60,3\% = 39,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kualitas produk seperti ketahanan dan kehandalan terhadap Smartphone Vivo perlu untuk diperhatikan serta ditingkatkan lagi oleh perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Saran ini diberikan Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai variabel kualitas produk terdapat nilai rata-rata paling rendah didalam pernyataan "Menurut Saya, Smartphone Vivo sejauh ini dapat bertahan lama serta tidak gampang rusak" sebesar $3,73$.
2. Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian terdapat nilai rata-rata paling rendah didalam pernyataan "Sejauh ini saya sudah membeli Smartphone Vivo lebih dari satu kali pembelian" sebesar $3,82$. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan daya tahan pemakaian terhadap Smartphone Vivo atau dengan melihat kebutuhan para konsumen terhadap smartphone Vivo agar produk yang ditawarkan bisa lebih baik dibandingkan dengan produk yang sejenis.
3. Dan kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama agar hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu referensi dalam memberikan tambahan ilmu dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, R. A., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986-992.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarkopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66-73.

-
- Kotler, P, dan Amstrong, G, (2016), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P, Keller, K.L, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Lestari, D. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oppo Pada Masyarakat Desa Penyasawan Kampar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Machfoedz, I (2017). Pendidikan Kesehatan Bagian Dari Promosi Kesehatan. F Tranaya : Yogyakarta.
- Putra, Darma, L., dan Susanto, Harry, E., (2019). Pengaruh Marketing Mix 4p Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Decision Smartphone Vivo. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan: 3(6), 77-82. e-ISSN: 2598-0289.
- Prawira, E. Y., & Sukardi, S. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 9(1), 64-75.
- Revita, M. L. D. E., & AGTOVIAFRIMAYASA, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trifts, V., Buchwitz, L. A. (2017). *Marketing an introduction* (6th ed.). Pearson Education.