

## Analisis atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian handphone

Ahmatang<sup>1</sup>, Erick Karunia<sup>2✉</sup>, Ahmad Alfiannur<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Borneo, Tarakan.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) kualitas Produk (2) fitur produk (3) desain produk dan (4) keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan. Penelitian ini mengambil populasi seluruh konsumen handphone OPPO di kota Tarakan. Dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 160. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi dengan alat SPSS 16. Hasil penelitian menemukan bahwa. (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (2) fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (3) desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Keputusan pembelian; kualitas produk; fitur produk; desain produk

## *Analysis of product attributes that influence mobile phone purchase decisions*

### *Abstract*

*This study aims to determine: product quality, product features, product design, and purchasing decisions OPPO mobile phone in the city of Tarakan. This study took the entire population of OPPO mobile phone users in the city of Tarakan. And the sampling technique using purposive sampling method with the number of respondents as much as 160. Data collection was done using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis technique used is regression test with SPSS 16 tool. The results of the study found that. (1) product quality has a positive effect on purchasing decision (2) product features have positive effect to purchasing decision (3) product design have positive effect to purchasing decision.*

**Key words:** Purchase decision; product quality; product features; product design

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat pesat sekali terutama teknologi dibidang informasi. Baik dari sisi kecepatan maupun kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi yang dibutuhkan juga semakin berkembang. Zaman sekarang handphone sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia karena fungsi handphone selain sebagai alat komunikasi juga bisa untuk internet, multimedia dan lain-lain. Hal ini tentu memberikan kemudahan sekaligus nilai tambah bagi masyarakat pemakainya. Namun disamping hal itu masyarakat harus lebih bijak dalam memilih produk-produk teknologi seperti handphone agar bisa digunakan dengan baik.

Untuk itu para produsen handphone berbasis smartphone berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas produknya menjadi lebih baik. Semua ini dilakukan agar perusahaan lebih kompetitif dari perusahaan lainnya. Upaya yang harus dilakukan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah. Perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang tepat salah satunya dengan memperhatikan produk yang akan dipasarkan. Perusahaan juga harus melakukan pengembangan pada produk dengan memberikan atribut produk yang memiliki manfaat sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen.

Persaingan yang ketat membuat OPPO Smartphone selaku pendatang baru dalam industri smartphone harus bekerja lebih keras dalam menghadapi persaingan dengan merek-merek lain yang sudah ternama. OPPO merupakan produk smartphone yang memiliki system operasi berbasis android ditahun 2013, sehingga membuat ponsel pintar ini memiliki keunggulan tersendiri. Oppo adalah salah satu produk yang memiliki merek yang cukup dikenal masyarakat. sehingga memudahkan produsen untuk memasarkan ponsel pintar ini. Terdapat beberapa alasan mengapa OPPO diminati oleh konsumen, salah satunya adalah kualitas, fitur dan desain yang khas.

Dalam melakukan keputusan pembelian handphone smartphone ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan salah satunya adalah kualitas produk. Diantara Strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu memperhatikan kualitas produknya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik (Kotler). Tujuan perusahaan dalam memperhatikan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produknya yang terbaik menurut kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk yang dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian selanjutnya adalah fitur. Menurut kotler dan armstrong (2001:356) Fitur adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaingnya. Salah satu fitur yang saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat adalah internet, yang dapat mengakses seluruh informasi secara cepat, murah, luas dan mampu menghubungkan semua orang. Semakin hari kebutuhan internet semakin meningkat. Terutama untuk kalangan anak muda dan masyarakat perkotaan. Seiring perkembangan teknologi internet saat ini tidak hanya dapat diakses melalui komputer namun dapat diakses melalui gadget yang ukurannya lebih kecil seperti telepon pintar (smartphone), tablet, notebook, dan sebagainya.

Selain kualitas dan fitur produk yang dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian selanjutnya desain produk. Menurut Kotler (2008), Desain merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa “bentuk ditentukan oleh fungsi” dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain. Desain atau rancangan yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produk dan memberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran. Seiring berjalannya waktu, Oppo terus mengembangkan smartphone buatannya agar bisa dinikmati para konsumennya. Inilah salah satu jalan agar Oppo tetap bisa bertahan dikerasnya industri smartphone Android. Seperti yang kita ketahui bersama, lambat laun semakin banyak vendor smartphone yang terus berinovasi menghadirkan smartphone dengan kualitas yang lebih baik, fitur yang menarik dan desain yang unik yang bakal menjadi pesaing OPPO itu sendiri.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (a) Apakah atribut produk yang terdiri dari kualitas berpengaruh terhadap keputusan Pembelian handphone OPPO di kota Tarakan? (b) Apakah atribut produk yang terdiri dari fitur berpengaruh terhadap keputusan Pembelian handphone OPPO di

kota Tarakan? (c) Apakah atribut produk yang terdiri dari desain berpengaruh terhadap keputusan Pembelian handphone OPPO di kota Tarakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (a) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk yaitu kualitas terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan, (b) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk yaitu fitur terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan, dan (c) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk yaitu desain terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan.

Adapun manfaat penelitian ini adalah secara teoritis untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur dan desain terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di Kota Tarakan, dan secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat memberi informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan OPPO dalam mengembangkan atribut produk yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga dapat lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dimasa yang akan datang.

Manajemen pemasaran merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang pelaksanaan dari aktivitas pemasaran. Dengan menerapkan ilmu manajemen pemasaran, perusahaan dapat menentukan pasar yang dituju dan membina hubungan yang baik dengan pasar sasaran tersebut.

Adapun pengertian manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2007:6) yaitu: Seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kotler dan Armstrong (2001:272) mendefinisikan bahwa “Atribut Produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan penentuan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, serta gaya, dan desain”. Menurut (tjiptono 2008) atribut produk merupakan unsur- unsur produk yang dipandang penting konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Simamora (2003:147) “Kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Dimensinya meliputi daya tahan, keandalan (kemampuan selalu dalam keadaan baik atau siap pakai), presisi, kemudahan mengoperasikan dan mereparasi, dan atribut-atribut lain yang bernilai”.

Menurut Kotler (2008) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya”. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik

Menurut Kotler dan amstrong (2001:356) Fitur adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaingnya. Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005) fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk Menurut Kotler (2008), Desain merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa “bentuk ditentukan oleh fungsi” dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain. Desain atau rancangan yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produk dan memberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran.

Menurut Kotler (2005:204) mendefinisikan bahwa “keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan”. Menurut Kotler dan Keller (2007:185) proses keputusan pembelian secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:



**Gambar 1.**  
Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Menurut sugiyono (2014:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2014:39) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah X1 = Kualitas Produk, X2 = Fitur Produk, dan X3 = Desain Produk.

Menurut Sugiyono (2014:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Y = Keputusan Pembelian.

## **METODE**

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian kali ini populasinya adalah konsumen handphone OPPO di kota Tarakan. Menurut sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misal Karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. sampel dari peneliti ini adalah pengguna dan pembeli handphone OPPO di kota Tarakan.

Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode nonprobability sampling. Menurut sugiyono (2016) non probability sampling adalah teknik pengambilan yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang menjadi sampel teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria (Etta dan Sopiah).

Adapun kriteria penelitian ini adalah: (1) Usia responden minimal diatas 17 tahun, dengan asumsi sudah dewasa sehingga hasil jawaban terhadap pertanyaan lebih dapat dipertanggungjawabkan dibanding usia kurang dari 17 tahun yang masih berpendirian labil (widiowati,2012). (2) Berdomisili diwilayah kota Tarakan. (3) Pembeli dan pengguna handphone OPPO di kota Tarakan.

### **Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya (istijanto, 2005 dalam sunyoto 2012). Dalam hal ini data primer berupa hasil pengisian kuesioner pada responden masyarakat di kota Tarakan. Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2014) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

### **Teknik pengumpulan data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Sugiyono (2014:142). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil responden sebanyak 160 responden, semuanya merupakan masyarakat Kota Tarakan. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan jawaban responden, dari 160 kuesioner yang disebar, semua kuesioner dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut dan semua responden yang mengisi profil dengan lengkap. Dengan demikian respon rate dalam penelitian ini totalnya sebesar 100%.

### Analisis Deskriptif

**Tabel 1.**  
Nilai Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. deviation
KP (Kualitas produk)	160	1	5	3,93	.901
FP(Fitur Produk)	160	1	5	3,89	.813
DP (Desain Produk)	160	1	5	3,89	.802
KPP(Keputusan Pembelian)	160	1	5	3,90	.888
Valid N (listwise)	160				

Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam keempat variabel kualitas Produk, fitur produk, desain produk dan keputusan pembelian. Standar deviasi yang paling tinggi, yaitu Kualitas Produk dengan standar deviasinya 0,901. Sehingga variabel Kualitas Produk ini dapat dikatakan paling bervariasi.

### Uji Validitas

Dalam penelitian ini level signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 (one tailed) dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k = 160 - 3 = 157$ . Jadi nilai yang dipersyaratkan adalah sebesar 0,1557 (Ghozali, 2011). Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 16 dapat disajikan dengan tabel ini :

**Tabel 2.**  
Hasil uji validitas variabel

Butiran dalam kuesioner	Nilai korelasi person SPSS	Korelasi yang disyaratkan	keterangan
KP1	545		
KP2	615		
KP3	627		
KP4	620		
FP1	668		
FP2	640		
FP3	719		
FP4	783		
DP1	427		
DP2	677		
DP3	648	0,1557	Valid
DP4	692		
KPP1	699		
KPP2	717		
KPP3	597		
KPP4	718		

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap masing-masing indikator menunjukkan nilai diatas yang dipersyaratkan, yaitu  $> 0,1557$  sehingga semua item ini dikatakan valid dan dapat diproses dalam pengujian lanjutan.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$ . (Ghozali 2011).

**Tabel 3.**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel dalam Kuesioner	Table Cronbch Alpha	Nilai Korelasi yang di Persyaratkan	keterangan
KP (Kualitas Produk)	0,722	0,70	Reliabel
FP (Fitur Produk)	0,780		
DP (Desain Produk)	0,733		
KPP (Keputusan Pembelian)	0,770		

Berdasarkan tabel 3 hasil uji reliabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan menurut kriteria (Ghozali 2011) dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai Cronbch Alpha lebih besar dari 0,70.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independent). Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan nilai Varian Inflation Factor (VIF). Bila nilai VIF > 10 dan nilai toleransi < 0,10 ,maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011). Uji multikolinearitas terlihat pada tabel di bawah ini:

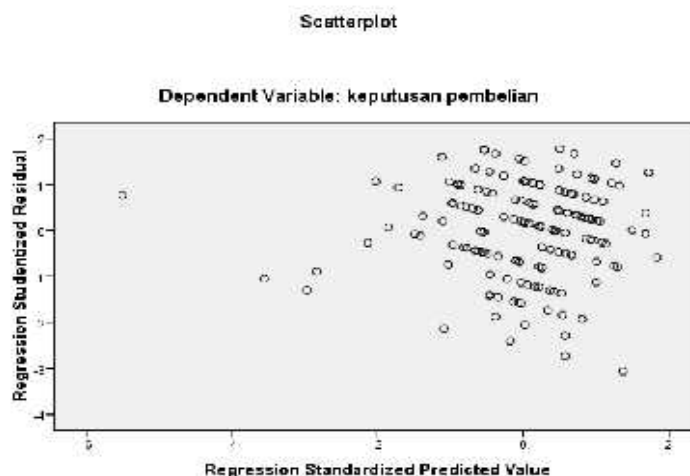
**Tabel 4.**  
Hasil pengujian multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,909	1,101
Fitur Produk (X2)	0,743	1,346
Desain Produk (X3)	0,757	1,321

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, hasil perhitungan nilai tolerance juga terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance < 0,10 yang artinya tidak ada korelasi antara variabel independen demikian juga dengan hasil perhitungan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dari kedua variabel independen yang diuji tidak ada nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dengan model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas (ghozali,2011).



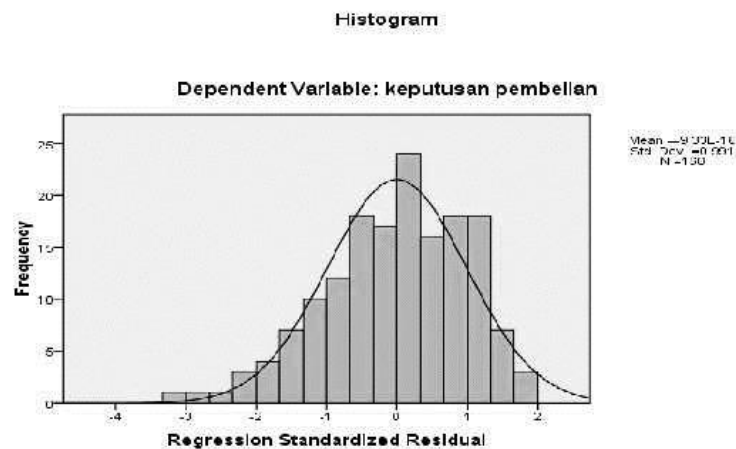
**Gambar 2.**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik pada gambar di atas grafik scatterplot yang telah tersaji diatas memperhatikan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak mempunyai pola yang jelas atau tidak membentuk suatu

pola. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedstisitas pada model regresi. Sehingga model regresi layak dipakai sebagai alat prediksi.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal.



**Gambar 3.**  
Hasil Uji Normalitas

Disamping itu digunakan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Berdasarkan tabel diatas bahwa diketahui nilai signifikansi  $0,589 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 5.**  
Hasil Analisis Regresi

Hubungan	$\beta$	t hitung	t tabel	keterangan
Kuallitas produk keputusan pembelian	0,258	2,975	0,1975	Diterima
Fitur produk keputusan pembelian	0,225	2,476		Diterima
Desain produk keputusan pembelian	0,072	0,687		Diterima

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi- fungsinya. Kotler (2008). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kualitas produk mempunyai peranan cukup penting dalam pertimbangan pengambilan keputusan. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang pertama yang berbunyi Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di Kota Tarakan.

Bagi konsumen kualitas produk merupakan bagian paling penting dalam pengambilan keputusan Sebab kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk melakukan fungsi-fungsinya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi- fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

### **Pengaruh Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan. Terbukti melalui uji hipotesis nilai thitung > ttabel yaitu  $2,476 > 0,1975$ . Fitur merupakan faktor paling penting dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Karena fitur merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

### **Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di Kota Tarakan. Terbukti melalui uji hipotesis nilai thitung > ttabel yaitu  $0,687 > 0,1975$ . Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Sebuah desain yang unik, lain dari yang lain, bisa merupakan satu-satunya ciri pembeda produk (Stanton 2006:285). Desain merupakan atribut produk yang pertama kali dilihat oleh konsumen ketika membeli suatu produk. Dalam penelitian ini desain memiliki pengaruh positif dalam keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan persepsi konsumen terhadap desain sudah baik. Perusahaan harus terus melakukan inovasi-inovasi pada desain produk agar sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga lebih meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk OPPO. Ketika perusahaan memberikan inovasi pada desain produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk.

### **SIMPULAN**

Untuk menjawab masalah dalam penelitian maka dapat diambil beberapa kesimpulan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk, Desain Produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan model hipotesis yang diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi dengan nilai  $\beta$  0,258 dan nilai t hitung > t tabel, jadi  $2,975 > 0,1975$ .

Terdapat pengaruh positif fitur produk terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di Kota Tarakan. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi dengan nilai  $\beta$  0,225 dan nilai t hitung sebesar 2,476, nilai t tabel 0,1975. Nilai t hitung > t tabel.  $2,476 > 0,1975$ .

Terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone OPPO di kota Tarakan. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi dengan nilai  $\beta$  0,072 dan nilai t hitung sebesar 0,687, nilai t tabel 0,1975. Sehingga t hitung > t tabel. Maka hipotesis diterima sehingga variabel desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena  $0,687 > 0,1975$ .



## DAFTAR PUSTAKA

- Bilson simamora.2001. panduan riset dan perilaku konsumen. Jakarta:Indeks
- Geri Rinaldi Agung Yuniarinto, Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Honda Vario Techno 125 PGM F1 di kota Malang. Universitas. Brawijaya Malang
- Ghozali, imam. 2011. Aplikasi multivariate dengan program IBM. SPSS 19. Semarang. Undip
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. Dasar – Dasar Pemasaran. Jilid Edisi Kelima. Intermedia. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2003. Dasar-Dasar Pemasaran. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenia. Jakarta : Prehalkindo
- Kotler, Philp, 2008. Principles of Marketing.12 Edition. Pearson Education.
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jakarta: Erlangga.
- Randang, Wahyudi. kualitas produk, atribut produk dan ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minyak goreng. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Rosiana, meranti,2014. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone smartphone samsung galaxy young s6310. Institute Pertanian Bogor.
- Simamora, Bilson. 2003.Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, J. William. 2006. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, dr 2014. Metode penelitian kuantitatif dan R&D, Bandung, CV. ALFABETA.
- Sunyoto, danang. 2012. Konsep dasar riset & perilaku konsumen. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono F. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta (ID): CV Andi Buku.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.