

# PENGARUH HARGA, FITUR, DAN GARANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* BERBASIS ANDROID DI KOTA BEKASI

<sup>1</sup>Bilal Wahyu Adhi

<sup>2</sup>Budi Utami

<sup>1</sup>Universitas Gunadarma, [bilalwahyu10@gmail.com](mailto:bilalwahyu10@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Gunadarma, [budi\\_utami@staff.gunadarma.ac.id](mailto:budi_utami@staff.gunadarma.ac.id)

## ABSTRAK

*Di era yang semakin canggih dan berkembang, teknologi memiliki dampak besar pada kehidupan manusia, menjadikan alat komunikasi sebagai kebutuhan primer. Permintaan akan perangkat komunikasi meningkat setiap tahun, terutama untuk *smartphone* berbasis Android dari merek tertentu, karena tingginya kebutuhan akan komunikasi, akses informasi, dan hiburan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online kepada 100 responden yang telah membeli dan menggunakan *smartphone* Android di Kota Bekasi. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yang berarti responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data dianalisis menggunakan SPSS 20 dengan berbagai teknik uji, termasuk uji validitas untuk memastikan pertanyaan dalam kuesioner mengukur apa yang seharusnya diukur, uji reliabilitas untuk mengecek konsistensi hasil, uji normalitas untuk melihat distribusi data, uji multikolinearitas untuk menguji hubungan antar variabel bebas, uji heteroskedastisitas untuk menguji ketidakseragaman varians, serta analisis regresi linear berganda untuk memahami hubungan antara variabel independen dan dependen. Uji T dan uji F digunakan untuk melihat signifikansi tidaknya variabel independen secara parsial dan simultan, sementara koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Fitur, dan Garansi memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Android di Kota Bekasi, dengan variabel Garansi menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut.*

**Kata kunci:** Fitur, Garansi, Harga, Keputusan Pembelian.

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri telekomunikasi di dunia telah bertumbuh pesat, yang menetapkan standar kebutuhan akan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat umum. Telepon seluler (ponsel) merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Tentunya di era yang semakin canggih dan berkembang, teknologi sendiri juga turut memberikan dampak yang besar, dan dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju, alat komunikasi sudah menjadi kebutuhan primer bagi umat manusia. Kebutuhan akan perangkat

komunikasi semakin meningkat dari tahun ke tahun, terutama untuk jenis telepon seluler dan *smartphone* tertentu dari merek tertentu. Peralannya, tingginya kebutuhan komunikasi, akses informasi, dan hiburan dapat dipenuhi dengan hadirnya *smartphone* berbasis android.

Berdasarkan laporan Newzoo, China memiliki jumlah pengguna ponsel pintar atau *smartphone* terbanyak pada tahun 2020, dengan frekuensi penggunaan minimal sebulan sekali mencapai 911,9 juta pengguna. Di Indonesia, jumlah pengguna ponsel pintar sebanyak 160,23 juta orang dan menduduki peringkat keempat.

Persaingan antar industri teknologi semakin ketat seiring dengan meningkatnya pengguna *smartphone*. Produsen berlomba-lomba mengembangkan berbagai jenis *smartphone* dengan detail teknis berbeda untuk menarik konsumen dan merebut pangsa pasar. Saat ini persaingan perusahaan untuk mendapatkan konsumen tidak lagi terbatas pada merek produk saja, namun dikaitkan dengan harga yang bersaing atau kompetitif, fitur-fitur baru dan lebih canggih yang dapat memberikan citra istimewa kepada penggunanya, serta pemberian jangka waktu garansi yang ideal.

Beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Kaila (2019) menyelidiki pengaruh citra merek dan garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Oppo, menemukan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh signifikan. Penelitian serupa Handayani dan Kurnianingsih (2021) meneliti pengaruh gaya hidup, fitur, desain, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Surakarta, menemukan bahwa semua variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan secara simultan. Sementara itu, Alizakiya (2022) juga mengungkapkan bahwa harga, fitur, dan garansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, terlihat bahwa faktor-faktor seperti citra merek, harga, fitur, dan garansi secara konsisten muncul sebagai determinan penting dalam keputusan pembelian *smartphone*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fitur, dan garansi terhadap keputusan pembelian

*smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai preferensi konsumen, sehingga produsen *smartphone* dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan, sedangkan populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi, sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis android di Kota Bekasi yang tidak diketahui jumlahnya. Penelitian ini menganalisis pengaruh Harga (X1), Fitur (X2), dan Garansi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability*. Metode *non-probability sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pada penelitian ini sampel ditentukan dengan metode *purposive*

*sampling* yang digunakan untuk memperoleh sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Sehingga setiap unsur populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Kriteria tersebut antara lain: (1) Pernah melakukan pembelian *smartphone* berbasis Android; (2) Pernah menggunakan *smartphone* berbasis android; dan (3) Berdomisili di Kota Bekasi.

Jumlah populasi masyarakat yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi tidak dapat diketahui dengan pasti. Menurut Rao Purba (2006) jika populasi tidak diketahui jumlahnya, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(MOE)^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$Z$  : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

$MOE$  : *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10% atau 0,10.

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus rao purba, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 97 responden. Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sampel Penelitian

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa kuesioner yang ditujukan kepada masyarakat yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi. Pengumpulan data dilakukan mulai tanggal 14 November 2023 sampai dengan tanggal 18 Desember 2023. Pengumpulan data

dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini ada 100 sampel dari 100 responden yang sudah bersedia untuk mengisi kuesioner. Komposisi responden berdasarkan Jenis Kelamin, Domisili, Usia, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan per bulan, Lama Penggunaan, dan Merek *Smartphone* Berbasis Android secara rinci dapat dilihat melalui Tabel 1 berikut:

Berdasarkan Tabel 1 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi memiliki beberapa karakteristik dominan. Sebanyak 63% responden berjenis kelamin perempuan, 47% berdomisili di Bekasi Utara, 36% berusia antara 20-30 tahun, 48% lulusan S1, 32% bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, 37% berpendapatan lebih dari Rp 5.000.001 per bulan, 51% telah menggunakan *smartphone* Android selama lebih dari 10 tahun, dan 44% menggunakan merek Samsung. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi adalah perempuan muda yang berpendidikan tinggi, memiliki pendapatan relatif tinggi, dan cenderung memilih merek Samsung.

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Hasil uji validitas dari kuesioner penelitian digunakan untuk memastikan bahwa kuesioner yang disebarkan adalah valid, sehingga data yang diperoleh akurat. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, Sugiyono (2019). Berdasarkan hasil uji validitas dari 24 pernyataan menggunakan SPSS 20, yakni 6 pernyataan variabel Harga (X1), 6 pernyataan variabel Fitur (X2), 6 pernyataan variabel Garansi (X3), dan 6

pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y), diperoleh  $r$  hitung  $> r$  tabel (0,361). Dapat disimpulkan bahwa 24 butir pernyataan kuesioner tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Suatu alat reliabel dapat diandalkan apabila menunjukkan jika pengukuran dilakukan pada kelompok subjek yang sama berulang kali. Maka, hasilnya akan relatif konsisten selama aspek yang diukur pada subjek itu sendiri tidak berubah. Menurut Sugiyono (2019). Adapun hasil uji reliabilitas untuk setiap variabel, menggunakan SPSS versi 20 sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 2. di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner untuk mengukur tiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonal jika distribusi data residual normal (Ghozali, 2019). Adapun hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 20 sebagai berikut:

Berdasarkan hasil dari Tabel 3. diketahui bahwa *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* diatas pada *Asymp.sig* (2-tailed) sebesar 0,055 yang berarti Angka signifikan (Sig)  $> \alpha = 0,05$  maka,  $0,055 > 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal. Selain itu, untuk menguji data terdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan grafik Uji Normalitas *Probability P-Plot*. Berikut ini gambar pada Gambar 2. untuk hasil analisis Uji Normalitas *Probability P-Plot*:

Berdasarkan Gambar 2. di atas menunjukkan bahwa grafik menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas dan terdistribusi normal. Jumlah titik 100 sesuai dengan jumlah responden.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi sempurna antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel bebas. Tujuan uji multikolinearitas, menurut Ghozali (2019), adalah untuk menentukan apakah ada korelasi antara variabel independen atau bebas yang ditemukan melalui model regresi. Adapun hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS versi 20 sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 4. di atas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance pada Harga (X1) sebesar 0,343, pada Fitur (X2) sebesar 0,272, dan pada Garansi (X3) sebesar 0.590 yang menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,1 atau  $> 0,1$  dan dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Pada nilai VIF juga menunjukkan Harga (X1) sebesar 2,915, pada Fitur (X2) sebesar 3,679, dan pada Garansi (X3) sebesar 1,696 yang menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10 atau  $< 10$  dan dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji regresi yang digunakan untuk mengidentifikasi ketidaksamaan variasi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam varian residual

dalam model regresi. Homoskedastisitas terjadi ketika varian residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan dalam variasi model regresi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, Ghozali (2019). Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 20 sebagai berikut:

Berdasarkan Gambar 3, grafik Scatterplot diatas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menyelidiki pola hubungan yang modelnya belum diketahui secara menyeluruh, atau untuk menentukan bagaimana perubahan pada beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam fenomena yang kompleks, Ghozali (2019).

Dengan metode ini dapat diketahui bagaimana pengaruh Harga (X1), Fitur (X2) dan Garansi (X3) yang merupakan variabel bebas terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pengujian regresi linear berganda.

Tabel 5 menyajikan hasil dari analisis regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 20, bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian smartphone berbasis Android. Persamaan yang dihasilkan dari pengolahan data memberikan model yang terstruktur:  $Y = \alpha + \beta_1$

$X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$ , di mana  $(Y)$  merupakan keputusan pembelian,  $(\alpha)$  adalah konstan (4,613),  $(X_1)$ ,  $(X_2)$ , dan  $(X_3)$  mewakili variabel independen (Harga, Fitur, dan Garansi, masing-masing),  $(\beta_1)$ ,  $(\beta_2)$ , dan  $(\beta_3)$  menunjukkan koefisien regresi untuk setiap variabel independen, dan  $(\epsilon)$  menandakan kesalahan standar. Persamaan ini memberikan alat prediksi, memberikan wawasan tentang bagaimana perubahan dalam variabel independen memengaruhi keputusan pembelian. Sebagai contoh, koefisien positif untuk Harga, Fitur, atau Garansi menunjukkan bahwa peningkatan dalam faktor-faktor tersebut mengakibatkan peningkatan yang sesuai dalam keputusan pembelian, menyoroti pentingnya variabel-variabel ini dalam proses pengambilan keputusan konsumen terkait pembelian smartphone.

Interpretasi persamaan tersebut mengungkapkan beberapa wawasan signifikan. Pertama, nilai konstan sebesar 4,613 mengindikasikan bahwa ketika Harga, Fitur, dan Garansi semuanya nol, keputusan pembelian smartphone berbasis Android di Kota Bekasi sebesar 4,613. Kedua, koefisien positif untuk Harga, Fitur, dan Garansi menunjukkan bahwa peningkatan dalam faktor-faktor tersebut mengakibatkan peningkatan dalam keputusan pembelian. Secara khusus, peningkatan satu unit dalam Harga, Fitur, atau Garansi menghasilkan peningkatan sebesar 0,282, 0,252, atau 0,283 unit dalam keputusan pembelian, secara berturut-turut. Hal ini menegaskan pentingnya faktor-faktor ini dalam keputusan pembelian konsumen terkait smartphone berbasis Android di Kota Bekasi.

## Uji Hipotesis

### Uji T

Uji parsial atau uji t ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) dari variabel independen yaitu Harga, Fitur, dan Garansi terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pengujian parsial (Uji T)

Tabel 6 memberikan hasil uji parsial (uji t) yang bertujuan untuk memahami pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian smartphone berbasis Android di Kota Bekasi. Dari hasil tersebut, kita dapat menyimpulkan beberapa hal penting. Pertama, variabel Harga (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,715 dengan signifikansi 0,008. Ini mengindikasikan bahwa secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam konteks ekonomi, harga yang bersaing dan terjangkau dapat menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli smartphone berbasis Android.

Kedua, variabel Fitur (X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,445 dengan signifikansi 0,016. Hal ini menandakan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Fitur-fitur yang dirancang dengan baik dan dapat mendukung kebutuhan sehari-hari pengguna dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam memilih smartphone berbasis Android.

Ketiga, variabel Garansi (X3) memiliki nilai t hitung yang paling tinggi, yaitu 4,821, dengan signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa garansi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor-faktor seperti jangka waktu garansi, proses klaim yang

mudah, dan standar kualitas yang baik menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih smartphone berbasis Android. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menekankan pada garansi yang baik dapat menjadi kunci dalam meningkatkan penjualan smartphone di pasar Kota Bekasi.

### Uji F

Uji Simultan atau Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau (X) yakni Harga, Fitur, dan Garansi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau (Y) yakni Keputusan Pembelian. Uji ini dapat digunakan juga untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pengujian simultan (Uji F):

Berdasarkan Tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $61,721 > 2,70$ . Berdasarkan cara pengambilan Keputusan uji F atau uji simultan dalam persamaan regresi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Artinya Harga (X1), Fitur (X2), dan Garansi (X3) jika diuji secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

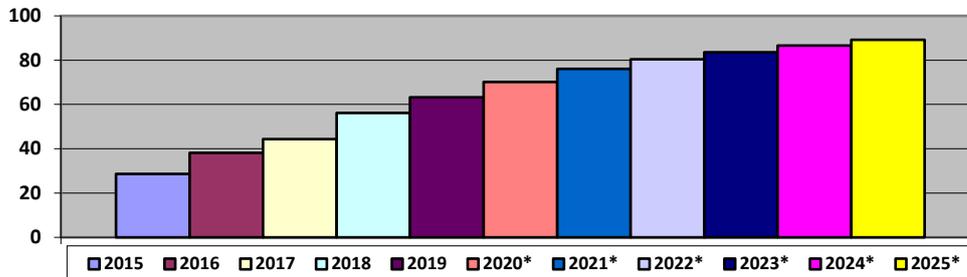
### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel. Penulis menggunakan lebih dari 2 variabel bebas (X), sehingga penulis menggunakan nilai Adjusted R Square untuk mengetahui bagaimana variabel bebas (X) menjelaskan variabel dependen (Y). Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Harga (X1), Fitur (X2) dan Garansi (X3), secara

serentak terhadap variabel independen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Berikut hasil pengolahan data koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

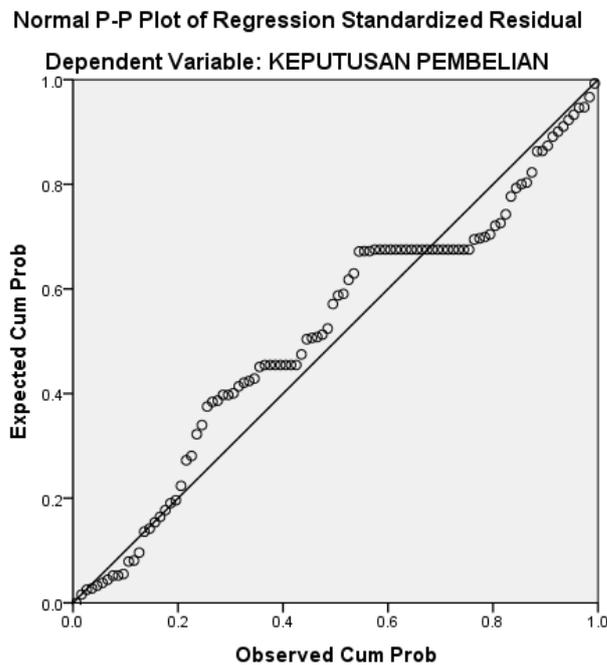
Berdasarkan Tabel 8 di atas diperoleh hasil perhitungan Adjusted R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,648 atau 64,8%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 64,8%. Sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk.



**Gambar 1. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Probability P-Plot**

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20 (2024)

**Tabel 1.**  
**Karakteristik Responden**

		Jumlah Responden (Persen)
Jenis Kelamin	Laki-laki	37%
	Perempuan	63%
Domisili	Bekasi Selatan	11%
	Bekasi Barat	16%
	Bekasi Utara	47%
	Bekasi Timur	26%
Usia	< 20 Tahun	13%
	20 - 30 Tahun	36%
	31 - 40 Tahun	18%
	41 - 50 Tahun	25%
	> 50 Tahun	8%
Pendidikan Terakhir	SD	0%
	SMP	1%
	SMA	32%
	Diploma	13%
	S1	48%
	S2	6%
Pekerjaan	PNS	5%
	Wiraswasta	18%
	Pelajar/Mahasiswa	32%
	Pegawai Swasta	31%
	Lainnya	14%
Pendapatan (per bulan)	≤ Rp. 1.000.000,-	25%
	Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000,-	21%
	Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000,-	17%
	Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000,-	37%
	≥ Rp. 10.000.001,-	34%
Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> Android	≥ Rp. 5.000.001,-	15%
	< 5 Tahun	51%
	6 – 9 Tahun	44%
Merek <i>Smartphone</i> Berbasis Android	> 10 Tahun	12%
	Samsung	16%
	Oppo	10%
	Xiaomi	4%
	Vivo	14%
	Asus	14%
	Lainnya	14%

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Taraf Sigma Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,903	0,60	Reliabel
Fitur (X2)	0,939	0,60	Reliabel
Garansi (X3)	0,958	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,783	0,60	Reliabel

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.90312254
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.093
	Negative	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z		1.339
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.55

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

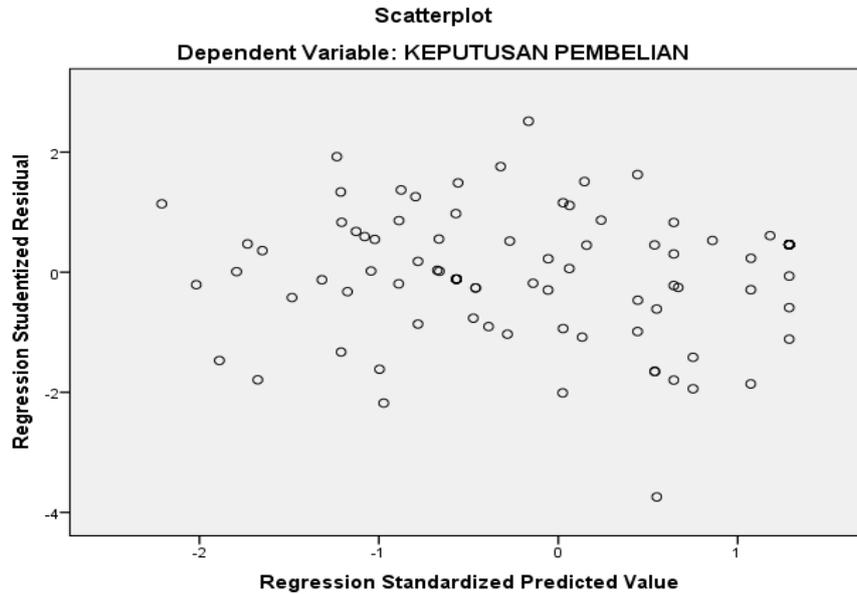
Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.613	1.674		2.755	.007		
	Harga	.282	.104	.276	2.715	.008	.343	2.915
	Fitur	.252	.103	.280	2.445	.016	.272	3.679
	Garansi	.283	.059	.374	4.821	.000	.590	1.696

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.



**Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot**  
Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20 (2024)

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.613	1.674		2.755	.007
Harga	.282	.104	.276	2.715	.008
Fitur	.252	.103	.280	2.445	.016
Garansi	.283	.059	.374	4.821	.000

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.613	1.674		2.755	.007
harga	.282	.104	.276	2.715	.008
fitur	.252	.103	.280	2.445	.016
garansi	.283	.059	.374	4.821	.000

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	691.594	3	230.531		
	Residual	358.566	96	3.735	61.721	.000 <sup>b</sup>
	Total	1050.160	99			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (constant), garansi, harga, fitur

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.648	1.933

c. Predictors: (Constant), GARANSI, HARGA, FITUR

d. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20, 2024.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai harga, fitur dan garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone* berbasis android di Kota Bekasi, maka dapat ditarik simpulan bahwa harga, fitur dan garansi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* berbasis Android di Kota Bekasi. Pada Uji simultan variabel harga, fitur dan garansi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* berbasis android di Kota Bekasi. Faktor yang paling dominan ada pada garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone* berbasis android di Kota Bekasi. Berdasarkan hasil yang telah diolah dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa dari seluruh variabel bebas (independen) terdapat 3 variabel yang berpengaruh secara parsial yaitu harga, fitur dan garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone* berbasis android di Kota Bekasi. Dalam hal ini perusahaan harus selalu memperhatikan dan mempertahankan harga, fitur dan garansi guna untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian *smartphone*

berbasis android di Kota Bekasi. Perusahaan *smartphone* berbasis android perlu melakukan evaluasi terhadap perkembangan serta peningkatan harga, fitur serta garansi pada produk yang ditawarkan. Untuk peneliti selanjutnya, terutama untuk meneliti kembali studi kasus pada keputusan pembelian *smartphone* berbasis android agar lebih memperluas pada variabel bebas lainnya diluar penelitian ini seperti gaya hidup, citra merek dan kualitas produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alizakiya, E. N. (2022). Pengaruh Harga, Fitur dan Garansi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Smartphone Merek Xiaomi Di Kota Tasikmalaya. Sarjana thesis, Universitas Siliwangi, 95.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Accessed 13<sup>th</sup> Oktober 2023, retrieved from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, E. D., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(2), 152-161. DOI: <https://doi.org/10.30738/md.v5i2.11317>
- Kaila, M. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Garansi terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6-16. DOI: <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i1.80>
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian. Manager (February-March).
- Sugiyono. (019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kalitatif, dan R&D*. Alfabeta: Banung.