
PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG DI SAMSUNG MOBILE IT CENTER MANADO

*THE INFLUENCES OF LIFE STYLE, PRICE, PRODUCT QUALITY TO THE
PURCHASING BEHAVIOR OF SAMSUNG MOBILE AT SAMSUNG MOBILE SHOP
IN IT CENTER MANADO*

Milly Lingkan Mokoagouw

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia
E-mail: milly_mokoagouw@yahoo.com*

ABSTRAK

Gaya Hidup yang semakin modern membuat masyarakat semakin membutuhkan alat komunikasi sebagai alat untuk mempermudah setiap aktivitas masyarakat, tetapi juga karena semakin berkembangnya alat komunikasi *handphone* yang di lengkapi dengan berbagai fitur-fitur menarik dan lebih modern. Perusahaan didorong untuk lebih inovatif dalam memasarkan produk *handphone* khususnya *handphone* Samsung agar dapat bertahan dipasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli *handphone* Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. 218 orang telah di survei sebagai sampel penelitian ini. Hasil uji membuktikan bahwa Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Lifestyle increasingly modern make society increasingly require a means of communication as a tool to facilitate any community activities, but also because of the growing mobile communication device that is equipped with a variety of interesting features and more modern. Companies are encouraged to be innovative in marketing products of Samsung mobile phones in particular in order to survive in the market. The population in this study is that consumers who buy a Samsung mobile phone in Samsung Mobile IT Center Manado. 218 people of population were surveyed as samples of this study. The test results shows Lifestyle, Price, and Product Quality has a positive effect on the dependent variable, namely the purchase decision.

Keywords: Lifestyle, Price, Product Quality, Purchasing Decision

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup modern mempengaruhi banyak orang untuk menggunakan handphone, mengingat komunikasi disaat ini adalah hal yang sangat dibutuhkan setiap orang tentunya dengan cara yang mudah dan semakin modern. Keinginan setiap orang untuk mendapatkan *handphone* bukan saja untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi melainkan perkembangan yang semakin modern saat ini membuat banyak orang yang ingin menggunakan *handphone* karena banyaknya fitur dan tentunya dapat menunjang penampilan ketika berada ditengah masyarakat. Faktor lain yang juga mempengaruhi perkembangan bisnis *handphone* yaitu kualitas produk. Ketika perusahaan menciptakan produk maka perusahaan harus bisa mengutamakan kualitas produk untuk bisa menarik minat dari konsumen. *Handphone* yang mempunyai kualitas yang baik akan dapat diterima oleh masyarakat. Faktor lainnya yang juga sangat mempengaruhi yaitu harga. Selain kualitas produk, penetapan harga juga mempengaruhi konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / *marketing mix* (4P = *product, price, place, promotion* / produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2009).

Perilaku Konsumen

Schfman dan Kanuk (2008) menyatakan studi perilaku konsumen adalah caqra individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan kebutuhannya. Secara umum perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, dan kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu (Piliang dalam Yuliana, 2009). Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

Harga

Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan karena unsur yang lain adalah mengeluarkan biaya (Tan, 2011:26). Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler dan Armstrong, 2008:63). Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.

Kualitas Produk

Iswayanti (2010) mendefinisikan produk sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produknya. Pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan setia pada perusahaan. Kotler dan Armstrong (2010) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.

Keputusan Pembelian

Pada umumnya keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah orang lain. Pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi (Winardi, 2010). Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah di yakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya.

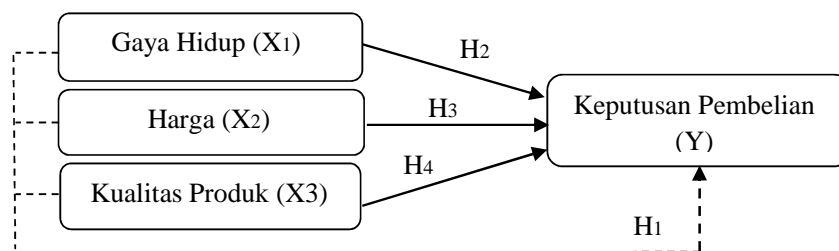
Penelitian Terdahulu

Jackson R.S. Wenas (2013) dalam penelitiannya yang berjudul *Kualitas produk, Harga, Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas meliputi kualitas produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X4), sedangkan yang menjadi variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Dalam menganalisa peneliti menggunakan alat analisis seperti uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis, dan analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variable kualitas produk terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. Variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. Variabel Promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi, hal ini berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan, sedangkan yang sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Ida Ayu Harmaita Wijayanti Ni Ketut Seminari dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merek Sebagai Pemoderasi*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas meliputi Gaya Hidup (X1) dan Merek (X2), sedangkan yang menjadi variabel terikat yaitu Perilaku Pembelian (Y). Dalam menganalisa peneliti menggunakan alat analisis seperti uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil regresi berganda menjelaskan bahwa gaya hidup, merek dan moderet memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pembelian. Sarini Kodu dalam penelitiannya yang berjudul *Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas

meliputi Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), sedangkan yang menjadi variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dalam menganalisa peneliti menggunakan alat analisis seperti Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisa regresi berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis Variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Manado.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Sumber: Tinjauan Pustaka, 2015

Hipotesis

1. Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk diduga secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado.
2. Gaya Hidup diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado.
3. Harga diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado.
4. Kualitas Produk diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado.

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah Asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiono, 2008). Dalam penelitian ini mengkaji tentang pengaruh dan hubungan antara variabel bebas yaitu gaya hidup (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Tempat dan Waktu

Tempat penelitian dilaksanakan di Samsung *Mobile IT Center* Manado dengan waktu penelitian diperkirakan selama 3 bulan.

Populasi dan Sampel

Sugiono (2012), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli handphone Samsung di Samsung *Mobile IT Center* Manado selama bulan November 2014 – April 2015 dengan jumlah 478 pembeli. sampel yang didapat berjumlah 218 pembeli.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian pustaka, pengumpulan data dari berbagai literatur dan karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam penyusunan karya tulis ini. Wawancara, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya secara langsung kepada pihak pengguna yang dijadikan responden. Kuesioner, pengambilan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada masyarakat pengguna handphone Samsung

Metode Analisis

Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Arikunto menyatakan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau kesalahan suatu alat ukur (Ridwan, 2011). Kesahihan (validitas) adalah tingkat kemampuan instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut.

Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Tinggi rendahnya reabilitas secara empiris ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas, yang besarnya antara 0,00 hingga 1,00. Reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) maka dilakukan penghitungan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Formulasi regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan pembelian;	a	= Konstanta
$b_1b_2b_3$	= Koefisien regresi masing-masing variabel;	X_1	= Gaya Hidup
X_2	= Harga;	X_3	= Kualitas Produk
e	= Standar error		

Pengujian Hipotesa dengan Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:

1. Apabila probabilitas signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak
2. Apabila probabilitas signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima

Pengujian Hipotesa dengan uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel gaya hidup (X_1), harga (X_2), kualitas produk (X_3) benar-benar berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara terosial atau parsial. Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 = variabel-variabel bebas yaitu gaya hidup, harga, dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

H_a = variabel-variabel bebas yaitu gaya hidup, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	No. item pertanyaan	r Tabel	r Hasil	Keterangan
Gaya Hidup	1	0,137	0,822	Valid
	2	0,137	0,851	Valid
	3	0,137	0,720	Valid
Harga	1	0,137	0,797	Valid
	2	0,137	0,819	Valid
	3	0,137	0,705	Valid
Kualitas produk	1	0,137	0,778	Valid
	2	0,137	0,811	Valid
	3	0,137	0,742	Valid
	4	0,137	0,820	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,137	0,600	Valid
	2	0,137	0,798	Valid
	3	0,137	0,743	Valid
	4	0,137	0,741	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui r hitung dari semua variabel (gaya hidup, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian) dalam semua item pertanyaan adalah valid karena r hasil $>$ dari r tabel (0,137).

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

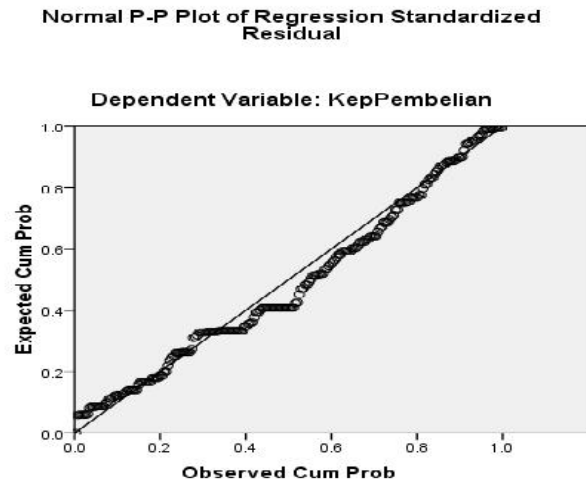
Variabel	Cronchbach Alpha	Keterangan
Gaya Hidup	0,857	Sangat Reliabel
Harga	0,833	Sangat Reliabel
Kualitas Produk	0,860	Sangat Reliabel
Keputusan Pembelian	0,816	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan *alpha cronchbach*, yaitu apabila *alpha cronchbach* lebih besar dari 0,6 atau 60%, maka item pertanyaan tersebut adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

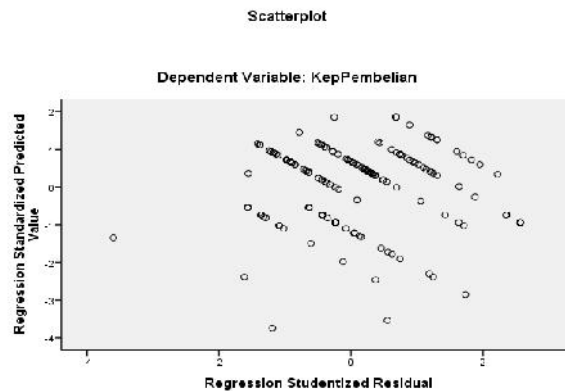
Uji Normalitas



Grafik 1. Uji Normalitas
Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Grafik plot nomor (lampiran) dapat diketahui bahwa penyebaran plot berada di sepanjang garis 45° sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas



Grafik 2. Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Berdasarkan grafik hasil penelitian (lampiran), deteksi yang ada adalah penyebaran, dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	GayaHidup	.407	2.459
	Harga	.477	2.096
	KualitasProduk	.416	2.403

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Berdasarkan hasil tersebut maka variabel Harga, dan kualitas produk dalam model regresi diatas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinearitas) karena $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	t hitung	Sig. t
Gaya hidup	.301	3.683	.000
Harga	.271	3.075	.002
Kualitas Produk	.218	4.048	.000
Konstanta	= 6.340	F hitung	= 73.687
Adjusted R Square	= 0.497	Sig. F	= 0,00
Multiple R (r)	= 0.710		

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 6,340 + 0,301 X_1 + 0,271 X_2 + 0,218 X_3$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

1. Konstanta a sebesar 0,956 memberikan pengertian bahwa jika faktor Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk sama dengan nol (0) maka besarnya Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Di Samsung *Mobile IT Center* Manado adalah 6,340 satuan.
2. Untuk variabel Gaya Hidup (X_1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Gaya Hidup semakin baik, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,301 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
3. Untuk variabel Harga (X_2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Harga semakin baik, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,271 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
4. Untuk variabel Kualitas Produk (X_3) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk semakin baik, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,218 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.

Hasil pengujian hipotesis secara Simultan (Uji F) Gaya Hidup (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Handphone* Samsung di Samsung *Mobile IT Center* Manado. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Gaya hidup (X_1) 3,683 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,651 artinya variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), ini berarti H_a diterima.

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) 3,075 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,651 artinya variabel Harga (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), ini berarti H_a diterima.
3. Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X_3) 4,048 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,651 artinya variabel Kualitas Produk (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), ini berarti H_a diterima.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, artinya apabila pola Gaya Hidup yang ada semakin tinggi, maka Keputusan Pembelian *handphone* Samsung di IT akan meningkat atau pada kategori setuju tentang Aktifitas, Minat, Opini yang dimiliki oleh konsumen. Manfaat jika memahami gaya hidup konsumen yaitu pemasar dapat menggunakan gaya hidup konsumen juga akan membantu dalam memposisikan produk di pasar dengan menggunakan iklan, jika gaya hidup diketahui maka pemasar dapat menempatkan iklannya pada media-media yang paling cocok, jika mengetahui gaya hidup konsumen maka pemasar biasa mengembangkan produk sesuai dengan tuntutan gaya hidup mereka.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, apabila indikator yang ada pada Harga (Terjangkau, Harga Bersaing, Sesuai dengan Kualitas) meningkat, maka Keputusan Pembelian yang ada di Samsung Mobile IT Center Manado akan meningkat. Gitosudarmo (2008) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga jual akan menentukan kedudukan perusahaan dalam persaingan. Kemampuan perusahaan untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah penjualan barang. Sedangkan besarnya jumlah penjualan itu sendiri akan mempengaruhi laba rugi dari perusahaan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, artinya apabila Kualitas Produk *handphone* Samsung semakin baik, maka Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado akan meningkat atau pada kategori setuju tentang mudah dioperasikan, fitur yang lengkap, memiliki daya tahan dan mudah dalam proses perbaikan. Iswayanti (2010 : 13) mendefinisikan produk sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produhnya. Pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Seseorang membeli barang atau jasa karena barang atau jasa tersebut dipergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Atau dengan kata lain seseorang membeli suatu produk bukan karena fisik produk saja tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibeli.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian dapat diratik satu kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya hidup, Harga dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *handphone* Samsung yang ada di Samsung Mobile IT Center Manado.
2. Gaya Hidup memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *handphone* Samsung yang ada di Samsung Mobile IT Center Manado.
3. Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *handphone* Samsung yang ada di Samsung Mobile IT Center Manado.
4. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *handphone* Samsung yang ada di Samsung Mobile IT Center Manado.

Saran

Kiranya perusahaan khususnya *handphone* Samsung terus bisa berinovasi pada produk yang dihasilkan dengan mengutamakan Kualitas Produk sehingga konsumen akan merasa puas ketika menggunakan *handphone* Samsung.

DAFTAR PUSTAKA

Paper dalam Jurnal

- [1] Ida Ayu Harmaita Wijayanti Ni Ketut Seminari, (2010). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merek Sebagai Pemoderasi*. <https://www.google.co.id/>
- [2] Jackson R.S. Weenas, (2013). *Kualitas produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian SPRING BED COMFORTA*. <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- [3] Sarini Kodu, (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/>
- [4] Piliang dalam Yuliana, (2009). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian batik Tulis Dinar Hadi (Studi Konsumen Wanita pada Outlet Dinar Hadi di Ponogoro Surabaya). *Jurnal Manajemen*. Surabaya.

Buku

- [5] Gitosudarmo, Indriyo, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit : BPFE. Yogyakarta
- [6] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta.
- [7] Kotler, P., and Armstrong. G. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- [8] Kotler, P., and Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- [9] Ridwan, Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- [10] Schfman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Indeks. Jakarta.
- [11] Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- [12] Tan, Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- [13] Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

Skripsi

- [14] Iswayanti Ika Putri, (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Diponegoro. <Http://Eprintis.undip.ac.id234701> skripsi. Ika. Putri.Iswayanti. C2A606054.