

## Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution Kota Manado

Febryan Yonathan Lumintang  
Riane Johnly Pio  
Lucky F. Tamengkel

Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
Email: [Lumintangyonathan@gmail.com](mailto:Lumintangyonathan@gmail.com)

---

**Abstrak.** *This study aims to determine the effect of consumer behavior on purchasing decisions for samsung mobile products at ds solution stores. The method used is quantitative research analysis method, with a sample of 90 respondents. Data collection in this study was conducted using a questionnaire. consumer behavior variables were tested using 7 indicators, and purchasing decision variables using 6 indicators. The sampling technique used is non-probability sampling. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to respondents, using simple linear regression. Based on the results of the research that has been obtained, it was tested using SPSS version 25 software. With all the tests that have been carried out, the researchers got the results that consumer behavior has an effect on purchasing decisions for samsung mobile phones at Ds Solution Stores in Manado City.*

*Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions, Ds Solution Manado*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk handphone samsung di toko ds solution. Metode yang digunakan adalah metode analisis penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 90 Responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. variabel perilaku konsumen diUji menggunakan 7 indikator, dan variabel keputusan pembelian menggunakan 6 indikator. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling. teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh diuji menggunakan software SPSS versi 25. Dengan segala uji yang telah dilakukan peneliti mendapatkan hasil yaitu perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone samsung di Toko Ds Solution Kota Manado.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Ds Solution Manado

---

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun sudah menunjukkan kemajuan yang sangat dasyat, sebagai bukti contoh kecil, gadget yang sudah tidak asing lagi di telinga kita yaitu cellular phone atau handphone, karena pada zaman sekarang ini hampir semua kalangan tidak mengenal batas umur, waktu, ruang dan status sosial baik anak-anak, remaja, orang tua, pebisnis, pedagang, dan lain-lainnya sudah tidak bisa lepas lagi dari yang namanya teknologi tersebut, kebutuhan hidup untuk bisa selalu terhubung dengan sesama, bersosialisasi,

prastise dan gengsi sudah merupakan suatu alasan. Pada zaman sekarang ini juga handphone tidak hanya sebagai alat komunikasi saja. Dan perkembangan teknologi handphone pun sangat pesat. Teknologi yang sekarang sedang pesat adalah teknologi smartphone.

Telephone pintar (smartphone) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh piranti lunak system operasi yang menyediakan hubungan

standard dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon pintar hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (e-book) atau terdapat papan ketik (baik built-in maupun eksternal) dan konektor VGA. Dengan kata lain, telepon pintar merupakan computer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon. Samsung saat ini dikenal sebagai produsen handphone Android terbesar di dunia. Bahkan popularitas handphone Samsung pun mengalahkan Apple iPhone. Namun, perjalanan Samsung untuk menjadi produsen smartphone terbesar di dunia cukup lama. Awal kesuksesan Samsung di dunia smartphone dimulai pada bulan 27 April 2009. Saat itu, Samsung meluncurkan handphone Android pertamanya, yakni Samsung i7500.

Penelitian ini dilakukan di salah satu toko yang bertempat di It Center kota Manado yaitu toko Ds Solution. Alasan mengapa peneliti memilih Toko Ds Solution untuk menjadi tempat penelitian karena Toko Ds Solution sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat pengguna Handphone di Kota Manado, dan juga salah satu toko yang memiliki kemajuan dari tahun ke tahun. Setiap hari Toko Ds Solution dapat menjual 5-10 Produk handphone, bahkan dapat meningkat disaat permintaan semakin banyak. Toko Ds Solution sudah cukup dikenal sejak tahun pertamanya yaitu tahun 2018 di kota Manado, saat ini sudah semakin Dikenal karena Toko Ds Solution sudah membuka salah satu cabangnya yang bertempat di Kawasan Megamas tepatnya di salah satu pusat perbelanjaan barang elektronik yaitu Goedang Gadget.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah Perilaku Konsumen Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Perilaku Konsumen Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution

## **Tinjauan Pustaka**

### **Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2008:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008, p:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan mengonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan keputusan yang menyusul (Sangadji dan Sopiah, 2013 : 9).

Indikator perilaku konsumen menurut (Kotler dan Amstrong, 2008:246) adalah sebagai berikut:

#### 1. Cognitive component

Kepercayaan konsumen dan persepsi tentang objek. Objek yang dimaksud adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek atau produk, maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan menekankan bahwa kognitif sebagai bentuk atas kepercayaan akan terbentuk melalui pengetahuan, karena akan melalui proses mengetahui atribut dan manfaat yang mana mempengaruhi kepercayaan konsumen.

#### 2. Affective component

Emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. Afektif juga mencerminkan motivasi yang mana seseorang akan mengalami dorongan emosi & fisiologis. Dalam pembelian impulsif

(impulse purchase), perasaan (afektif) yang kuat akan diikuti dengan tindakan pembelian.

### 3. Konatif component

Merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan, tindakan pada komponen konatif adalah keinginan berperilaku (beha vioral intention), maka variabel tindakan 21 pengunjung dalam penelitian ini bisa diukur dengan indikator atas produk yang diinginkan atau dipilih konsumen

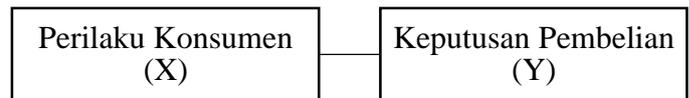
### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:181) menyatakan bahwa keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah membeli Keyakinan bahwa perilaku menyabab kan hasil tertentu Motivasi untuk tunduk pada panutan tertentu Keyakin an normatif Evaluasi terhadap hasil- hasilnya Sikap terhadap perilaku Norma subyektif Niat perilaku 22 merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berbeda antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2007), ada beberapa tahap yang harus dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian satu produk, terdiri dari:

1. Pilihan produk Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya Tarik merknya.
2. Pilihan merek Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.
3. Pilihan penyalur Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk yang akan di beli tersebut.
4. Jumlah pembeli Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu unit. 23
5. Waktu pembelian Konsumen dapat mengambil keputusan kapan ia harus melakukan pembelian.
6. Metode pembayaran Cara pmbayaran yang dilakukan baik secara tunai maupun kredit.

### Kerangka pemikiran



### Hipotesis

“Perilaku Konsumen Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution Kota Manado”

### Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif Adalah metode penelitian yang menggunakan Proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah di teliti. Penelitian ini dilakukan di salah satu pusat perbelanjaan barang elektronik di Kota Manado, yaitu pada Toko Ds Solution . Sedangkan waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian dilaksanakan Bulan January tahun 2022. Populasi Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah Para konsumen yang diketahui dari tahun 2019-2021 yang membeli Produk-produk Samsung dari pusat perbelanjaan barang elektronik Ds Solution di Kota Manado diketahui 480. Penentuan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini mengikuti pedoman yang dikemukakan oleh Slovin maka dari itu sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 Responden. Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan peneitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa “Teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Pada penelitian ini peneliti menggunakan nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2013:120) “non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan

yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

## Hasil Penelitian

### 1. Uji Validitas

Variabel	Rata-Ratar r hitung	r tabel	Ket
Perilaku Konsumen (X)	0.702	0.207	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0.837	0.207	Valid

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan dari nilai rata-rata r hitung kuesioner variabel independen (harga dan lokasi) dan variabel dependen (keputusan pembelian) semua dinyatakan valid, karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,207). Sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Kepuasan konsumen dikatakan valid.

### 2. Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumen (X)	6	0.786	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	7	0.929	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diteliti memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Dasar Pengambilan Keputusan:

- Jika nilai signifikan > **0,05**, maka nilai residual berdistribusi **normal**.
- Jika nilai signifikan < **0,05**, maka nilai residual berdistribusi **normal**.

## 4. Koefisien Korelasi Sederhana

### Correlations

		Perilaku Konsumen	Keputusan Pembelian
Perilaku Konsumen	Pearson Correlation	1	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Di lihat dari tabel di atas nilai interval koefisien dari variabel X Perilaku Konsumen dan Variabel Y Keputusan Pembelian sebesar 0.660 yang berarti antara variabel X dan Y memiliki tingkat hubungan yang kuat.

## 5. Regresi Leniear Sederhana

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.704	2.126		4.564	.000
	Perilaku Konsumen	.782	.095	.660	8.235	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = a + bx + e$   
 $Y = 9.704 + 0.782 X + e$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai constanta sebesar 9.704 yaitu berarti jika Perilaku Konsumen (X) nilainya 0, Keputusan Pembelian (Y) nilainya adalah 9.704 atau 9.704%
2. Perilaku Konsumen (X) 0.782, yang berarti jika variabel Perilaku Konsumen (X) mengalami kenaikan sebesar 1% dan constanta (a) = 0, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.782 %. Koefisien tersebut bernilai positif artinya Perilaku Konsumen (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## 6. Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.429	3.87933

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dalam tabel diatas maka dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,435, yang artinya pengaruh variabel Perilaku Konsumen (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 43,5 %.

## 7. Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		t
1	(Constant)	9.704	2.126		4.564	.000
	Perilaku Konsumen	.782	.095	.660	8.235	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : Pengolahan Data IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji t untuk Perilaku Konsumen (X) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai Sig. 0,00 artinya nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 (0,000 < 0,05) dan nilai t tabel = t (a/: n-k-1) = t (0,025: 90-1-1) = t (0,025: 88) = 1,991. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel (8,235 > 1,991), artinya bahwa perilaku konsumen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada toko Ds Solution Kota manado.

## Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian handphone samsung di toko ds solution kota manado. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian handphone samsung di toko ds solution kota manado. Untuk melihat seberapa pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk handphone samsung di toko ds solution kota manado penulis telah membagikan sebanyak 90 kuesioner kepada pelanggan yang telah membeli produk handphone samsung di toko ds solution kota manado. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. setelah kuesioner berhasil di jalankan dan para

responden telah berpartisipasi dalam penelitian ini . maka dari itu berdasarkan tanggapan Responden, banyaknya responden yang memberi tanggapan baik mengenai perilaku konsumen yang telah membeli produk handphone samsung di toko ds solution kota manado.

## Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang dapat di katakan bahwa perilaku konsumen sangat membantu terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sebuah handphone samsung di Ds Solution. Dalam hal ini Ds Solution mampu memahami perilaku konsumen yang banyak terpengaruh oleh faktor dan interaksi yang dilakukan satu sama lainnya, sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan Ds Solution benar-benar dirancang dan terpusat pada faktor-faktor yang akan membuat konsumen mengambil keputusan dalam membeli suatu produk, Ds Solution juga mampu dan berusaha memahami perilaku dan cara berpikir konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hayanudin Sari pada tahun 2016, dan penelitian yang dilakukan oleh Syafira maneke rotinsulu 2017, yang menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang dimana keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2008:166) Adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen merupakan kekuatan yang mendorong terjadinya keputusan pembelian.

## Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang sudah penulis jelaskan di atas bahwa variabel perilaku konsumen , mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone samsung di toko ds solution. Berdasarkan hasil penelitian di atas juga diketahui bahwa perilaku konsumen sangat

berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone samsung di toko Ds Solution kota manado. Serta hasil pengamatan secara langsung lewat pengisian form yang dibagikan kepada pelanggan yang datang menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Ds Solution Kota Manado. Penelitian di atas juga hanya meneliti tentang seberapa pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk handphone samsung di toko ds solution manado sehingga informasi yang diberikan hanya berfokus tentang perilaku konsumen.

### **Daftar Pustaka**

- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.