SKRIPSI

PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis)

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital Jurusan Administrasi Niaga

Oleh :

ALI FOLMES MARBUN
NIM.5103211536

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN BISNIS DIGITAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BENGKALIS

BENGKALIS-RIAU

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADMASYARAKAT BENGKALIS)

Oleh:

ALI FOLMES MARBUN

5103211536

Telah diperiksa dan disetujui Oleh

Dosen Pembimbing Program Studi Bisnis Digital	Ketua Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis
BUSTAMI, S.ST., MSi	**TRI HANDAYANI, S.E., M.SI**
NIP. 198304012021211009	NIP.198505082014022001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANPONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BENGKALIS)

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital Jurusan Administrasi Niaga

Oleh:

ALI FOLMES MARBUN
5103211536

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi, Tanggal Ujian :05 Agustus2025

Periode Wisuda : XXII

( ) (Pembimbing)
1. Bustami , S.ST, M.Si
NIP. 198504012021211009

( ) (Penguji I)
2. Larbiel Hadi, S.Sos., M.Si
NIP.198609272022031003

( ) (Penguji II)
3. Supriati, S.ST., M.Si
NIP. 198310042019032005

( ) (Penguji III)
4. Rizqa Arimurti, S.E., M.Acc
NIP. 19311192022032009

Bengkalis,05 Agustus 2025

Ketua Program Studi Bisnis Digital

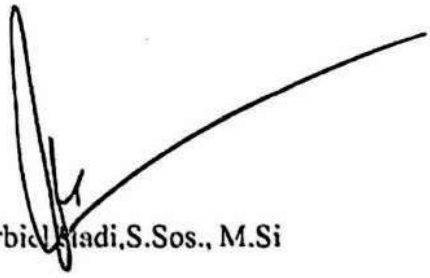
TRI HANDAYANI, S.E., M.SI
NIP.198505082014022001

iii

LEMBAR PENGESAHAN

Kami dengan sebenarnya menyatakan bahwa, kami telah membaca keseluruhan dari Skripsi ini, dan kami berpendapat bahwa Skripsi ini layak3q dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan.

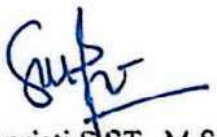
Tanda Tangan :



Nama Penguji I : Larbi Sadi,S.Sos., M.Si

Tanggal pengujian : 05 Agustus 2025

Tanda Tangan :



Nama Penguji II : Supriati,S.ST., M.Si

Tanggal pengujian : 05 Agustus 2025

Tanda Tangan :



Nama Penguji III : Rizqa Arimurti , S.E., M.Acc

Tanggal pengujian : 05 Agustus 2025

iv

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini dengan judul "Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Studi kasus Pada Masyarakat Bengkalis" adalah asli hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah dilakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan di Politeknik Negeri Bengkalis, Jurusan Administrasi Niaga, Prodi Bisnis Digital dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disebutkan sumbernya dalam naskah dan daftar pustaka.

Bengkalis, 05 Agustus 2025



Ali Folmes Marbun

NIM.5103211536

v

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi penulis kekuatan, membekali penulis ilmu pengetahuan serta memperkenalkan penulis dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya Skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu.

Keluarga Tersayang

Kepada Mama Tersayang Meliyati Simatupang yan menjadi pilarku dan yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan studi penulis, serta saudara penulis Dewita Marbun, Evi Berta Marbun, Doharto Marbun dan Ransoter Marbun yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Bapak Bustami S,ST., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan Skripsi.

Orang Terdekat

Kepada seluruh keluarga Opung Isra Marbun dan Opung Laut Simatupang yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan Skripsi ini. Kepada teman-teman penulis terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penyelesaian pendidikan penulis, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada penulis. Kepada seluruh teman seperjuangan khususnya Program Studi Bisnis Digital semester VIII (Delapan) kelas B yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini penulis bangga pada diri sendiri bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.

PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BENGKALIS)

Nama Mahasiswa : Ali Folmes Marbun

NIM : 5103211536

Dosen Pembimbing : Bustami S.ST., M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tanggapan pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian hanphone merek Samsung studi kasus pada masyarakat Bengkalis. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bengkalis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Snowball Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil tanggapan responden tentang keputusan pembelian hanphone merek Samsung adalah sangat tinggi, dengan total skor mean 4,24. Hasil tanggapan responden tentang pengaruh fitur produk merek Samsung di Bengkalis adalah sangat tinggi, dengan skor mean 4,17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 16,115 > 1,984. Pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian Hanphone merek Samsung adalah sebesar 72,6% dan sisanya 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci :Fitur Produk, Keputusan Pembelian , Handphone Merek Samsung

THE INFLUENCE OF PRODUCT FEATURES ON PURCHASING DECISIONS FOR SAMSUNG BRAND MOBILE PHONES (A CASE STUDY ON BENGKALIS COMMUNITY)

Name of Student	: Ali folmes Marbun
Student ID Number	: 5103211536
Supervisor	: Bustami , S.ST., M.Si

Abstract

This study aims to analyze the response to the influence of product features on purchasing decisions of Samsung brand mobile phones, a case study on the Bengkalis community. The type of research used is associative. The population in this study is the Bengkalis City community. The sampling technique used in this study is Nonprobability Sampling with Snowball Sampling technique, with a total of 100 respondents. The data analysis method used is simple linear regression analysis. The results of respondents' responses about purchasing decisions for Samsung brand mobile phones are very high, with a total mean score of 4.24. The results of respondents' responses about the influence of Samsung brand product features in Bengkalis are very high, with a mean score of 4.17. The results of this study indicate that product features have a significant influence on purchasing decisions with a value of 16.115 > 1.984. The influence of product features on purchasing decisions for Samsung brand mobile phones is 72.6%, and the remaining 27.4% is influenced by other variables not examined in this study.

***Keywords** : Product Features, Purchase Decision, Samsung Mobile Phones*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan waktu yang sudah ditetapkan dengan judul "Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis" dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan dan mendapat gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital. Bisnis Digital merupakan salah satu Program Studi yang ada dalam Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Orang Tua Tunggal ku Melyati Simatupang yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan studi penulis.
2. Bapak Jhony Custer, S.T., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Bengkalis.
3. Ibu Supriati, S.ST., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis.
4. Ibu Endang Sri Wahyuni, S.E., M.Ak selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis.
5. Ibu Tri Handayani S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis.
6. Bapak Muhammad Arif , S.ST., M.Si selaku Dosen Wali Bisnis Digital VIII (Delapan) kelas B Politeknik Negeri Bengkalis.
7. Bapak Bustami. S.ST., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan Skripsi.
8. Ibu Rini Arvika Sari, S.Sos., M.Si selaku Dosen Koordinator Skripsi Program Studi Bisnis Digital Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri

Bengkalis.

9. Seluruh Dosen dan pengurus Laboran Program Studi Bisnis Digital Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mohon maaf sedalam-dalamnya kepada pihak yang terkait dalam penulisan skripsi apabila kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca.

Bengkalis, 29 Juli 2025

Penulis

Ali Folmes Marbun

NIM.5103211536

DAFTAR ISI

Halaman

COVER ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI ..... **v**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Sistematika Penulisan Laporan 7

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Pemasaran 10
2.2.1 Pengertian Pemasaran 10
2.2.2 Manajemen Pemasaran 11
2.2.3 Tujuan Pemasaran 12
2.3 Perilaku Konsumen 12
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen 12
2.3.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen 13

2.4 Keputusan Pembelian 16
2.5 Fitur Produk 19
2.5.1 Pengertian Fitur Produk 19
2.5.2 Strategi Fitur Produk 20
2.6 Tujuan Fitur 20
2.7 Fitur Produk 22
2.7.1 Pengertian Fitur Produk 22
2.7.2 Fitur Produk Pada Handphone 23

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN 24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 24
3.2 Objek Penelitian 24
3.3 Jenis dan Sumber Data 24
3.3.1 Jenis Data 24
3.3.2 Sumber Data 25
3.4 Populasi dan Sampel 25
3.4.1 Populasi 25
3.4.2 Sampel 26
3.5 Teknik Pengambilan Sampel 26
3.6 Teknik Pengumpulan Data 27
3.7 Pengukuran Skala 27
3.8 Teknik Pengolahan Data 29
3.9 Teknik Analisis Data 29
3.10 Jenis Penelitian 34
3.11 Hipotesis 35
3.12 Definisi Konsep 35
3.13 Definisi Operasional 38

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Karakteristik/Profil Responden Penelitian 39
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 39
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 40

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 40
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 41
4.3 Uji Asumsi Klasik 43
4.3.1 Uji Normalitas 43
4.3.2 Uji Kolmogorof)Smirnov (K-S) 44
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas 45
4.3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana 46
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 47

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 74
5.1 Kesimpulan 74
5.2 Saran 75

DAFTAR PUSTAKA 76
LAMPIRAN 78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Kerangka Hipotesis 35
Gambar 4.1 Grafik Histogram 43
Gambar 4.2 Kurva Normal Probability 44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Pengguna Handphone Merek Samsung di Bengkalis 5

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 8

Tabel 3.1 Identifikasi Skor 29

Tabel 3.2 Definisi Operasional 38

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 39

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 40

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 40

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Produk 41

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 42

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian..... 45

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Data 46

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas..... 47

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas 48

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana 49

Tabel 4.11 Hasil Uji t 50

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... 70
Lampiran 2. Output Uji Validitas Variabel..... 74
Lampiran 3. Output Uji Reliabilitas Variabel..... 76
Lampiran 4. Output Uji Normalitas..... 78
Lampiran 5. Output Uji Linearitas..... 80
Lampiran 6. Output Uji Heteroskedastisitas..... 82
Lampiran 7. Output Regresi Linier Sederhana..... 84
Lampiran 8. Output Uji t..... 86
Lampiran 9. Data Responden..... 88

BAB 1
PEDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini Media teknologi komunikasi semakin canggih di kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindarkan lagi. Masyarakat yang menggunakan media komunikasi berupa smartphone atau ponsel pintar Sudah semakin banyak. Penggunaan smartphone di Indonesia diprediksi akan terus meningkat. Pada 2015, terdapat 28,6% populasi di Indonesia yang menggunakan smartphone. Seiring berjalannya waktu, smartphone kini semakin terjangkau, sehingga meningkatkan penggunaannya. Lebih dari setengah populasi di Indonesia atau 56,2% telah menggunakan smartphone pada 2018. Setahun setelahnya, sebanyak 63,3% masyarakat menggunakan smartphone. Hingga 2025, setidaknya 89,2% populasi di Indonesia telah memanfaatkan smartphone. Dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019, penetrasi smartphone di indonesia tumbuh 25,9%.

Pada awalnya smartphone merupakan barang yang dianggap mewah yang memilikinya hanya orang kalangan ekonomi atas Namun seiring perkembangan zaman yang semakin maju, smartphone sudah menjadi barang primer serta mudah dibeli. Saat ini smartphone sudah menjadi alat komunikasipenting yang digemari oleh berbagai macam kalangan masyarakat, baik ana-kanak, remaja maupun orang tua. Selain sebagai alat komunikasi, smartphone sudah menjadi gaya hidup di masyarakat pada saat ini. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi dalam produksi smartphone, sekarang berbagai jenis merek smartphone dengan berbagai macam harga dapat ditemui. Salah satu merek yang ada di Indonesia saat ini yaitu Samsung.

Samsung adalah salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia yang berasal dari Korea Selatan. Berikut adalah sekilas tentang sejarah perusahaan Samsung:1938: Lee Byung-chul mendirikan Samsung Sanghoe, sebuah perusahaan perdagangan di Daegu, Korea Selatan. 1950-an: Samsung mulai memproduksi

berbagai produk, termasuk tekstil, gula, dan elektronik.1969: Samsung Electronics didirikan dan mulai memproduksi peralatan elektronik, termasuk televisi dan radio.1970-an: Samsung Electronics mulai memproduksi semikonduktor dan memori komputer.1980-an: Samsung Electronics mulai memproduksi ponsel dan peralatan telekomunikasi lainnya. 1990-an: Samsung Electronics menjadi salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia dan mulai memproduksi berbagai produk, termasuk TV, ponsel, dan peralatan rumah tangga. Samsung masuk ke Indonesia pada tahun 1991 dengan mendirikan PT Samsung Electronics Indonesia. Pada awalnya, Samsung hanya memproduksi dan menjual produk-produk elektronik di Indonesia, seperti TV dan peralatan rumah tangga.

Handphone merek Samsung adalah salah satu merek ponsel pintar yang paling populer di dunia. Berikut beberapa kelebihan dan fitur yang membuat handphone Samsung diminati oleh banyak orang.

Kelebihan Handphone Samsung:

1. Kualitas Layar: Samsung dikenal memiliki kualitas layar yang sangat baik, dengan teknologi seperti Super AMOLED dan Dynamic AMOLED.
2. Kamera: Samsung memiliki kamera yang sangat baik, dengan fitur seperti zoom optik, mode malam, dan perekaman video 8K.
3. Performa: Samsung memiliki prosesor yang kuat dan RAM yang besar, membuatnya dapat menjalankan aplikasi dengan lancar.
4. Desain: Samsung memiliki desain yang stylish dan modern, dengan material yang premium dan tahan lama.
5. Fitur: Samsung memiliki fitur seperti S Pen, Bixby, dan Knox, yang membuatnya lebih fungsional dan aman.

Model-Model Populer:

1. Samsung Galaxy S: Seri flagship Samsung yang memiliki fitur-fitur canggih dan harga yang premium.
2. Samsung Galaxy A: Seri mid-range Samsung yang memiliki fitur-fitur yang baik dan harga yang lebih terjangkau.
3. Samsung Galaxy Note: Seri yang memiliki fitur S Pen dan layar besar, cocok untuk produktivitas dan kreativitas.

Kelebihan Lainnya:

1. Kompatibilitas: Samsung memiliki kompatibilitas yang baik dengan perangkat lain, seperti tablet dan smartwatch.
2. Update Perangkat Lunak: Samsung secara teratur memperbarui perangkat lunaknya untuk meningkatkan keamanan dan fitur-fitur baru.
3. Dukungan: Samsung memiliki dukungan pelanggan yang baik, dengan layanan pelanggan yang tersedia di banyak negara.

Dengan demikian, handphone merek Samsung merupakan pilihan yang baik bagi mereka yang mencari perangkat yang canggih, fungsional, dan stylish. Seiring waktu, Samsung Indonesia mulai memperluas bisnisnya dengan memproduksi dan menjual produk-produk lainnya, termasuk ponsel, tablet, dan peralatan telekomunikasi lainnya. Saat ini, Samsung Indonesia adalah salah satu perusahaan teknologi terbesar di Indonesia dan memiliki pangsa pasar yang signifikan di industri ponsel dan elektronik.

Samsung memiliki pabrik di Indonesia yang berlokasi di Bekasi, Jawa Barat. Pabrik ini memproduksi berbagai produk Samsung, termasuk ponsel, tablet, dan peralatan elektronik lainnya. Dengan adanya pabrik ini, Samsung dapat meningkatkan kapasitas produksinya dan memenuhi kebutuhan pasar di Indonesia dan negara-negara lain di Asia Tenggara.

Samsung telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Indonesia melalui investasi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kapasitas produksi. Samsung juga telah bekerja sama dengan pemerintah Indonesia dan berbagai pihak lainnya untuk meningkatkan kemampuan teknologi.

Kabupaten Bengkalis adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia. Wilayah dari kabupaten ini mencakup daratan bagian Timur Pulau Sumatra dan wilayah kepulauan, dengan luas adalah 6.973,00 km². Jumlah penduduk Bengkalis pada akhir tahun 2024 sebanyak 681.884 jiwa. Tentunya, kebutuhan akan Handphone juga tinggi di Kota Bengkalis dan sekitarnya. Salah satu pemenuhan kebutuhan adalah Hanphone Merek Samsung.

Konsumen di Bengkalis seperti banyak didaerah lain Mempertimbangkan dan mencari tahu fitur apa yang dibutuhkan didalam smartphone tersebut. Memakai kendaraan dari sebuah merek. Melakukan pembelian ulang setelah cocok dengan sebuah merek. Membeli barang sesuai keinginan dan kebutuhan dan menemukan desain smartphonenya yang menarik. (Schiffman dan Kanuk , 2020), menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan keputusan pembelian . Pengaruh eksternal ini merupakan bentuk pengenalan produk terdiri dari fitur produk, kualitas produk dan persepsi harga, serta evaluasi alternatif merupakan citra merek dari suatu produk.

Fitur produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian dari suatu produk. Peneliti yang meneliti tentang pengaruh fitur produk , Penelitian ini merupakan pengembangan dari Septi Ayu Lestari dan Rose Rahmidani (2019) dengan menambahkan variabel Fitur Produk sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penambahan variabel fitur produk ini didukung oleh penelitian ahmad Fauzan dan Abdul Rohman (2019) yang menemukan bahwa fitur produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian .

Dalam fitur produk menurut (Tjiptono, 2010) fitur produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dasar pengambilan keputusan. Fitur adalah alat bersaing untukmembedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Membicarakan fitur produk, Samsung memiliki kelebihan tersendiri yaitu memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan smartphone dengan spesifikasi yang sama dari merek lain.

Tabel 1.1 Perkiraaan Pengguna Handphone Merek Samsung di Bengkalis

Tahun	Pengguna Samsung di Bengkalis
2021	1.121 Pengguna
2022	1.919 Pengguna
2023	2.769 Pengguna
2024	3.451 Pengguna

Sumber :Bengkalis Ponsel

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan bahwa, hanphone Samsung di Kabupaten Bengkalis menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pelanggan dari tahun ke tahun, menandakan bahwa usaha dan strategi Samsung di Bengkalis berhasil dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun meskipun jumlah pelanggan Samsung terus meningkat tidak memungkiri bahwa masih banyak pula klaim keluhan yang diterima oleh Samsung Sebagai salah satu penyedia Merek Handphone laris dan terbesar di Bengkalis, pelanggan menyayangkan mengenai Fitur – fitur yang diberikan. Pelanggan mengeluhkan Kerusakan perangkat keras seperti layer retak , masalah baterai cepat habis dan tidak tahan lama ,*bug* , hingga penanganan keluhan yang dinilai belum maksimal. Permasalahan tersebut dapat mengurangi kualitas Fitur Produk yang dapat menyebabkan Keputusan Pembelian pada produk Handphone Merek Samsung maupun perusahaan karena ketidakpuasan yang dirasakan para pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian terkait keputusan pembelian Handphone merek Samsung di Kabupaten Bengkalis dengan judul "Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis)".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa bagaimana tanggapan responden tentang keputusan pembelian Handphone merek Samsung di Bengkalis.
2. Untuk menganalisa bagaimana tanggapan responden Fitur produk Handphone Merek Samsung di Bengkalis .
3. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan proposal skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman penulis tentang pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di Bengkalis, melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan di Politeknik Negri Bengkalis.
2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatur strategi untuk mempertahankan keputusan pembelian handphone merek Samsung di Bengkalis.
3. Bagi Pihak Lain

   Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara ringkas rencana isi dari bagian pada laporan proposal yang disusun sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini. Khusus nya yang berkaitan dengan pengaruh Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung pada masyarakat Bengkalis.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, metode analisis data, jenis penelitian dan definisi konsep dan operasional.

BAB 4 : DESKRIPSI HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan Pembelan Hanphone Merek Samsung pada masyarakat Bengkalis.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian dari penelitian yang telah dilakukan yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari peneliti.

BAB 2
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitihan Terdahulu

Dalam penelitian ini akan dicantumkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti. Berikut tabel penelitian terdahulu yang akan dijadikan referensi penulisan proposal tugas akhir:

Tabel 2.1 Hasil Penelitihan Terdahulu

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul	Alat	Variabel	Hasil
1	A'h Sani, Ahmad Farhan Purnomo, Hadi (2022)	Pengaruh kualitas produk, fitur terhdapat keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi studi kasus masyarakat Lamongan	Kuantitatif dan Kuesi-onerr	Variabel independen: Fitur citra Merek prese-psi harga Variabel dependen: Keputusan Pembelia Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur produk berpeng-aruh signifikan terhadap Keput-usan Pembelian
2	Affenti, Alifabriyan Siska, Almenia Zunaida, Dariz Trianti,Khoiriya h(2023)	Pengaruhfitur produk dan life style terhadap keputusan pembelian smartphone merek Aple	Kuantitatif SPSS statistic 2024 *Purposive Sampling*	Variabel independen: Fitur Produk Life Style Variabel dependen: Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menun-jukkan bah-wa :Pengaruh Fitur Produk memperoleh 42% Setuju bahwa Fitur– fitur Smart-phone Mem-pengaruhi Keputusan Pembelian
3	Santoso ,Arya Dwi Kamase , Jeny Gany, Achriansya Ahmad (2022)	Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smatrphone Asus	Kuantitatif Sampling dan Obse-rvasi	Variabel independen: Fitur Produk Variabel dependen: Keputusan Pembelian	Hasil Pene-litian Menu-njukan Bah-wa adanya Variabel Fit-ur Produk Dapat mem-pengaruhi Keputusan Pembelian
4	Nugroho, Novianto Eko (2021)	Pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian Hanphone Merek Samsung Galaxi A10	Kualitatif Dengan Studi kasus Pendekatan Deskriktif	Variabel independen: Pengaruh Fitur	Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa ada-nya hubu-

				Produk Variabel dependen: Keputusan Pembelian	ngan positif antara fitur produk dengan keputusan pembelian konsumen
5	Muharom, Munoh Yulia, Iis Anisah(2021)	Pengaruh Kualitas Peroduk fitur produk dan pomosi Terhadap keputusan pembelian dihatsu grandma dengan brand image sebagai variable moderisasi	*Puposive Sampling Moderatet Regrenatio n Method*	Variabel independen: Kualitas Produk , Fitur Produk dan Promosi Variabel dependen: Keputusan Pembelian	Didasarkan pada hasil uji hipotesis, ada pengaruh positi yang signifikan dari Kualitas Pembelian, Fitur Produk dan Promosi Keputusan Pembelian ada pengaruh positi pada konsumen
6	Iskamto, Dedi (2021)	*Investigation of Purchase Decisions Based on Product Features offered of Purchase Decisions Based on on Product Features Features offered*	*Use quantitativ e research used is Simple Randon Sampling*	*Variabel independent 1.features 2.product 3.investigation Variabel dependen Purchase Decisions*	*purchase decision to buy the most preferred brand And features*
7	Rajasa, Etty Zuliawaty Manap, Abdul Ardana, putu Doddy Heka Yusuf, Muhammad (2021)	*Analysis Of Cloud and inbound marketing on Purchase decis For gold Saving Of factors Influencing Decision Product Quality and Featu-res Competitive*	*Qualitative Methods*	*Variabel independent Decisions Purchasing* *Variabel Dependen Purchase Decisions*	*product quality hasa significant positive effect on purchasing decisions Pricehasa significant positive effect on purchasing decisions. hasa significan positive effect hasa significant positive effect on purchasing decisions.*
8	Paramita, Cempaka Wulandari, Gusti Ayu	*Influence of Product, Price, and and Product features Features oppo smartphdesign*	*Method used non-probability sampling & purposive*	*variable Independent The t-test was then implemen-*	*knowledge has a positive positive and significant*

	Malik, Yuliani Anas Maridelana, Vanya Pinkan/2021	*on purchasin decisions*	*sampling*	*ted to determ-ine the partial departial relat-ionship betw-een the indep-endent vari-able and the dependent variable*	*featres on repurchase*

Sumber : Data Olahan 2024

2.2 Pemasaran

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut (Tjiptono dan Diana, 2020) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Menurut (Indrasari, 2019) pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam melakukan usaha agar mampu mengokomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Berbeda pula menurut (Kotler dan Armstrong, 2020) Pemasaran adalah proses di mana perusahaan terlibat pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang kuat, dan menciptakan nilai pelanggan secara teratur untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Berdasarkan berbagai konsep pemasaran, para peneliti sampai pada pemahaman sebagai berikut, pemasaran adalah suatu kegiatan yang menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan nilai bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka melalui komunikasi dan menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga memperoleh nilai dan loyalitas pelanggan.

2.2.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan melakukan pengawasan terhadap program yang ditujukan untuk

menciptakan interaksi dengan pasar sasaran guna mencapai tujuan bisnis. Manajemen pemasaran berfungsi sebagai pedoman bagi kelangsungan hidup perusahaan dari awal proses produksi hingga sampainya barang ke tangan konsumen dan dalam jangka waktu yang lama, serta aktivitas itu diharapkan dapat mencapai tujuan-tujuan perusahaan, diantaranya adalah perusahaan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan dapat memangkas biaya perusahaan dengan lebih efisien. Secara umum manajemen mempunyai tiga tugas yaitu:

1. Mempersiapkan rencana/strategi umum bagi perusahaan
2. Melaksanakan rencana tersebut
3. Mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana tersbeut dalam pelaksanaannya. (untuk mengukur hasil dan penyimpangannya serta untuk mengendalikan aktivitas).

Menurut (Sudarsono, 2020), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Menurut (Sudarsono, 2020) manajemen pemasaran, menggambarkan perbedaan pemikiran antara konsep penjualan dan konsep pemasaran, yaitu:

1. Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual.
2. Pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli.
3. Penjualan memberi perhatian pada kebutuhan penjual untuk menjadikan produknya uang tunai.
4. Pemasaran mempunyai gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui sarana-sarana produk dan keseluruhan kelompok barang yang dihubungkan dengan hal menciptakan, menyerahkan, dan akhirnya mengonsumsinya.

2.2.3 Tujuan Pemasaran

(Sudarsono, 2020) mengungkapkan tujuan utama dalam konsep pemasaran adalah konsumen merasa puas terhadap apa-apa yang diinginkan. Selain itu beberapa tujuan dari pemasaran lainnya menurut (Rauf et, 2021) yaitu:

1. Menyampaikan informasi atau promosi serta menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konumen agar membeli produk atau jasa tersebut.
2. Menciptakan pembelian.
3. Menciptakan pembelian ulang. Apabila konsumen puas maka akan tercipta.
4. Menciptakan tenaga kerja secara tidak langsung, dalam memasarkan harga dan jasa secara tidak langsung akan tercipta tenaga kerja.

2.3 Perilaku Konsumen

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut (Liem, 2019) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. (Hakim, Rahman dan Syafii, 2022) perilaku konsumen mencakup banyak bidang yaitu pelajaran dari keterlibatan proses ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menjual, produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

(Wilfan dan Martini, 2021) menyatakan bahwa perilaku konsumen sendiri adalah pengamatan yang dilakukan dalam mengambil keputusan, pola pembelian, dan kebiasaan yang terjadi pada masyarakat umum yang dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, perilaku bahkan lingkungan sekitar. Suherlan dan Hidayat (2022) perilaku konsumen semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan individu untuk memutuskan menggunakan atau tidak menggunakan Hanphone Merek Samsung . Menurut (Kotler dan Amstrong dalam Novitasari, 2020) faktor yang menyebabkan perilaku konsumen yaitu:

1. Faktor budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku paling dasar. anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. masing-masing, sub-budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis.

2. Faktor sosial yang terdiri dari kelompok, keluarga, dan peran dan status
   a. Kelompok acuan, dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang.
   b. Keluarga dibedakan menjadi dua bagian dalam sebuah organisasi pembelian konsumen. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientasi. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agam, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.
   c. Peran dan status hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka didalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya. Contoh, seorang direktur di sebuah perusahaan tentunya memiliki status yang lebih tinggi dibandingkan dengan seorang supervisor, begitu pula dalam perilaku pembeliannya. Tentunya, seorang direktur perusahaan akan melakukan pembelian terhadap merek-merek yang berharga lebih mahal dibandingkan merek lainnya.
3. Faktor pribadi yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan,

situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

a. Usia dan siklus hidup keluarga orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.
b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Cotohnya, direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara, keanggotaan di klub khusus, dan membeli mobil mewah. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.
c. Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang.
d. Kepribadian setiap orang memiliki berbagai macam karateristik kepribadian yang bebeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembeliannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatif konsiten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebakan karena beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiannya.

4. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap

a. Motivasi yaitu seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktuwaktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang

muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok. Ketika seseorang mengamati sebuah merek, ia akan bereaksi tidak hanya pada kemampuan nyata yang terlihat pada merek tersebut, melainkan juga melihat petunjuk lain yang samar.

b. Persepsi seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran. “persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

c. Pembelajaran pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Banyak ahli pemasaran yang yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan kepada para pemasar bahwa mereka dapat membangung permintaan atas suatu produk dengan mengaitkan pada pendorongnya yang kuat, menggunakan isyarat yang memberikan motivasi, dan memberikan penguatan positif karena pada dasarnya konsumen akan melakukan generalisasi terhadap suatu merek.

d. Keyakinan dan sikap melalui betindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan dapat diartikan sebgai gambaran pemikiran seseorang tentang gambaran

sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain keyakinan, sikap merupakan hal yang tidak kalah pentingnya. “sikap adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap suatu objek atau gagasan tertentu.”

2.4 Keputusan Pembelian

(Tjiptono, 2021) keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Kotler & Amstrong, (2020) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen dalam membeli atau tidaknya suatu barang atau jasa, oleh karena itu keputusanpembelian konsumen adalah proses pemilihan salah satu dari beberapapilihan dengan tindak lanjut yang nyata. Keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri individu tersebut atau atas dorongan orang lain Bisnis harus memuaskan pelanggannya, sehingga harus sadar akan perubahan kebutuhan dan keinginan. Pembeli mengevaluasi kepuasan berdasarkan harapan dan harga. Menurut (Park, 2021) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. (Tjiptono,2020), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Menurut (Kotler, 2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk

menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas barang, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2019), kepuasan pelanggan dapat diukur melalui indikator berikut, mutu barang, mutu layanan, harga, waktu penyerahan, dan kemanan. Oleh karena itu, berdasarkan beberapa poin tersebut, Dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diterima, oleh karena itu, penelitian terhadap kebutuhan pelanggan perlu diperhatikan agar perusahaan dapat memenuhi harapan tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2020) terdapat tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam rangka mengukur keputusan pembelian , yaitu:

1. Kesesuaian dengan harapan

   Mengacu pada tingkat konsistensi antara produk yang diharapkan oleh pelanggan dan produk yang dirasakan oleh pelanggan:

   a. Produk diterima sesuai dengan yang diharapkan.
   b. Karyawan memberikan layanan yang memenuhi atau melampaui harapan.
   c. Pusat dukungan tersedia bila diperlukan.

2. Minat berkunjung kembali

   Mengacu pada minat pelanggan untuk mengembalikan atau membeli kembali suatu produk. Hal ini termasuk kepuasan kerja.

   a. Keinginan untuk berkunjung lagi dan lagi karena manfaat dan hasil yang didapat setelah menggunakan produk.
   b. Saya bersedia berkunjung lagi karena tersedia cukup ruang.

3. Kesediaan merekomendasikan

   Mengenai kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang digunakannya kepada teman atau keluarganya:

   a. Merekomendasikan kepada teman atau saudaranya untuk membeli produk yang diberikan karena kepuasan pelayanan.
   b. Beritahu kerabat dan teman untuk membeli produknya karena situs pendukungnya cukup banyak.

Menurut (Sugiandi dalam Herdini & Widiyarta, 2020), Keputusan pembelian adalah proses yang kompleks yang melibatkan beberapa tahap, termasuk pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Dalam proses ini, konsumen mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kebutuhan, preferensi, dan sumber daya yang tersedia, untuk membuat keputusan yang tepat tentang produk atau jasa yang akan dibeli.

1. Keputusan Pembelian

   Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen dalam membeli atau tidaknya suatu barang atau jasa, oleh karena itu keputusanpembelian konsumen adalah proses pemilihan salah satu dari beberapapilihan dengan tindak lanjut yang nyata (Zeithaml, dkk dalam Rismawati, dkk, 2015) menjelaskan secara rinci dan menyebutkan bahwa keputusan pembelian termasuk ke dalam salah satu dimensi kualitas publik,

2. Indikator Keputusan Pembelian

   Beberapa indikator keputusan pembelian yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran:

   a. Pengenalan kebutuhan: Konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang perlu dipecahkan.
   b. Pencarian informasi: Konsumen mencari informasi tentang produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.
   c. Evaluasi alternatif: Konsumen mengevaluasi beberapa alternatif produk atau jasa sebelum membuat keputusan pembelian.
   d. Keputusan pembelian: Konsumen membuat keputusan untuk membeli produk atau jasa.
   e. Kepuasan pasca-pembelian: Konsumen merasa puas atau tidak puas dengan produk atau jasa yang dibeli.

   Indikator lainnya:

   a. Kualitas produk: Konsumen mempertimbangkan kualitas produk saat membuat keputusan pembelian.
   b. Harga: Konsumen mempertimbangkan harga produk saat membuat keputusan pembelian.
   c. Merek: Konsumen mempertimbangkan merek produk saat membuat

keputusan pembelian.

d. Rekomendasi: Konsumen mempertimbangkan rekomendasi dari orang lain saat membuat keputusan pembelian.
e. Pengalaman sebelumnya: Konsumen mempertimbangkan pengalaman sebelumnya dengan produk atau jasa saat membuat keputusan pembelian.

Dengan menggunakan indikator-indikator ini, perusahaan dapat memahami proses keputusan pembelian konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempengaruhi konsumen dan meningkatkan penjualan.

2.5 Fitur Produk

2.5.1 Pengertian Fitur Produk

Fitur produk merupakan suatu atribut produk yang ditawarkan kepada konsumen. Fitur produk pada umumnya merupakan berbagai macam fungsi yang diberikan oleh perusahaan dalammemenuhi kebutuhan para konsumennya. (Kotler & Keller, 2016) mengemukakan pengertian fiturmerupakan karakterisitik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2020) fitur merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap barang dan jasa. Kemudian menurut (Kotler & Amstrong, 2016) fitur adalah sarana kompetitif untuk mendeferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapatmenciptakan diferensiasi produknya dari produk pesaing. Dimensi fitur menurut (Mullins, Orville, Larrech, dan Boyd, 2009) terdiri dari: Kinerja produk yakni sebuah kemampuan produk untuk melakukan fungsinya dan berhubungan dengankarakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Serta pelengkap produk merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Kemudia indikator fitur menurut (Thom W. A. Isliko, 2008) yaitu: keragaman fitur. Fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan.

2.5.2 Strategi Fitur Produk

Menurut (Fandy Tjiptono, 2022), fitur produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk adalah fungsi inti produk yang memberikan nilai kepada pengguna akhir. Memiliki fitur yang tepat dapat meningkatkan atau menghancurkan kesuksesan suatu produk, karena fitur ini membedakannya,karena fitur ini membedakannya dari pilihan lain di pasar.

Setelah membaca uraian tentang definisi fitur produk dapat disimpulkan bahwa strategi fitur produk adalah kegiatan yang direncanakan dengan menggunakan berbagai variabel untuk memberi tahu, membujuk, dan mendorong pelanggan untuk membeli barang dan merek perusahaan ntuk mencapai tujuan meningkatkan penjualan.

2.6 Tujuan Fitur

Menurut (Oentoro, 2022) tujuan produk yang diproduksi untuk mencapai persaingan sebagai berikut:

1. Fitur produk merupakan sebuah produk yang memiliki karakteristik sifat yang berbeda.
2. Manfaat produk merupakan manfaat fitur produk bagi pelanggan.
3. Desain produk merupakan fungsi produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta haraan pelanggan.
4. Kualitas produk merupakan spesifikasi produk yang sesuai dengan kinerja produk dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan daharapan.

Berikut beberapa Fitur pada HP Samsung :

1. Fitur Utama:
   a. Layar Super AMOLED: Teknologi layar yang menawarkan warna yang lebih cerah dan kontras yang lebih tinggi.
   b. Kamera Canggih: Fitur kamera dengan resolusi tinggi, mode malam, dan kemampuan perekaman video 4K atau 8K.
   c. Performa Tinggi: Prosesor yang kuat dan RAM yang besar untuk menjalankan aplikasi dengan lancar.

d. Baterai Tahan Lama: Baterai dengan kapasitas besar dan teknologi pengisian daya cepat.
e. Desain yang Stylish: Desain yang modern dan stylish dengan material yang premium.

2. Fitur Tambahan:
   a. S Pen: Fitur stylus yang memungkinkan pengguna untuk membuat catatan dan menggambar dengan lebih presisi.
   b. Bixby: Asisten virtual yang dapat membantu pengguna dengan berbagai tugas dan perintah suara.
   c. Knox: Fitur keamanan yang melindungi data pengguna dengan enkripsi dan autentikasi yang kuat.
   d. Wi-Fi 6: Teknologi jaringan yang menawarkan kecepatan dan stabilitas yang lebih baik.
   e. Pengisian Daya Nirkabel: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengisi daya HP tanpa menggunakan kabel.

3. Fitur Lainnya:
   a. Fitur Kesehatan: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk memantau kesehatan dan aktivitas fisik mereka.
   b. Fitur Produktivitas: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja mereka.
   c. Fitur Hiburan: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk menikmati konten hiburan seperti film, musik, dan game.

2.7 Fitur Produk

2.7.1 Pengertian Fitur Produk

Istilah Fitur produk adalah karakteristik atau atribut yang membedakan produk dari produk lainnya dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Menurut (Kotler, 2009): Fitur produk adalah karakteristik atau atribut yang membedakan produk dari produk lainnya dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. (Peter dan Olson, 2010): Fitur produk adalah aspek fisik atau non-fisik dari produk yang dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumen. (Aaker,

2014): Fitur produk adalah elemen-elemen yang membentuk identitas produk dan membedakannya dari produk lainnya, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Keller, 2013): Fitur produk adalah karakteristik produk yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas, nilai, dan kepuasan produk. (Lamb, Hair, dan McDaniel, 2015): Fitur produk adalah atribut-atribut yang membedakan produk dari produk lainnya dan memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa fitur produk adalah karakteristik atau atribut yang membedakan produk dari produk lainnya dan memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Fitur produk dapat meliputi:

1. Fitur fisik (seperti desain, warna, ukuran)
2. Fitur fungsional (seperti kinerja, kecepatan, kemudahan penggunaan)
3. Fitur emosional (seperti kesan, perasaan, pengalaman)
4. Fitur simbolis (seperti merek, status, identitas)

Dengan memahami fitur produk, perusahaan dapat menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

2.7.2 Fitur Produk Pada Handphone

Berikut beberapa fitur produk yang umum ditemukan di smartphone:

1. Layar: Ukuran, resolusi, dan jenis layar (LCD, OLED, AMOLED)
2. Prosesor: Jenis prosesor (CPU) dan kecepatan clock
3. Memori: Kapasitas RAM dan penyimpanan internal
4. Kamera: Resolusi kamera depan dan belakang, fitur seperti autofocus, flash, dan rekaman video
5. Baterai: Kapasitas baterai dan fitur pengisian cepat

6. Desain Bahan, warna, dan bentuk smartphone
7. Sistem Operasi: Jenis OS (Android, iOS) dan versi
8. Konektivitas: Wi-Fi, Bluetooth, NFC, dan fitur lainnya
9. Sensor: Sensor fingerprint, accelerometer, gyroscope, dan lain-lain
10. Audio: Kualitas suara, fitur speaker, dan jack headphone
11. Fitur Keamanan: Fitur seperti face recognition, fingerprint scanner, dan lain-lain
12. Fitur Lainnya: Fitur seperti water resistance, wireless charging, dan lain-lain
13. Fitur Kamera: Fitur seperti portrait mode, night mode, dan lain-lain
14. Fitur Pengisian: Fitur pengisian cepat, wireless charging, dan lain-lain
15. Fitur Gaming: Fitur seperti cooling system, game mode, dan lain-lain

Fitur-fitur ini dapat bervariasi tergantung pada jenis dan merek smartphone lapisan masyarakat

BAB 3
METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang dipilih secara spesifik untuk menyesuaikan masalah yang diajukan dalam sebuah penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sedangkan pengertian metedologi penelitian adalah suatu ilmu yang menjelaskan bagaimana seharusnya sebuah penelitian dilakukan. Menurut Priyono (2016) Metode Penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di. Bengkalis tepatnya di Rimba Sekampung, Kec. Bengkalis, Kota Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau. Penelitian ini berlangsung mulai bulan Mei-Juli 2025 di semester VIII

3.2 Objek Penelitian

Objek adalah sesuatu yang akan diteliti. Adapun objek dari penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah peembelian Handphone Mererk Samsung di Bengkalis.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan penulis terdiri dari jenis data kuantitatif. Data kuantitatif menurut (Sugiyono, 2020) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positiveme,* digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitaif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif dari penelitian ini adalah
data hasil perskala dengan menggunakan skala likert dari data pelanggan melalui kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi penelitian yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data sebagai berikut (Sugiyono, 2020):

1. Data primer

   Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara, kuesioner dan observasi yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.

2. Data sekunder

   Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung. Dikatakan tidak langsung karena data diperoleh melalui perantara, yaitu bisa lewat orang lain, ataupun lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku dan jurnal.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan badan pusat statistik tahun 2020, penduduk Kota Bengkalis berjumlah 86.114,00 jiwa. yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna Handphone merek Samsung di Bengkalis. Akan tetapi, jumlah pengguna dari Handphone merek Samsung di Bengkalis belum diketahui pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitiaan ini ditentukan berdasarkan rumus *lemeshow* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2} \quad \text{.....(3.1)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96 p

= Maksimal estimasi = 0,5 d = Alpha (0,1)

atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas maka, jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 0{,}5(1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416\ .\ 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}4 = 96$$

Sampel minimal untuk penelitian ini berjumlah 96 responden. Demi representative dari hasil penelitian terhadap populasi, maka diambil sampel sejumlah 100 responden.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020) teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian,terdapat beberapa teknik *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability*

Sampling. Menurut (Sugiyono, 2020) *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2019). Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data/informan akan semakin besar.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018) metode pengumpulan data merupakan metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data baik primer maupun sekunder. Dasar proses pengumpulan data adalah memperoleh data-data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu memperoleh data yang valid sehingga keakuratan penelitian tidak dapat diragukan lagi. Berikut ini metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka, studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari laporan penelitian, buku-buku ilmiah, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
3. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang terkait, seperti Pengguna & Penjual Hanpone Merek Samsung di Bengkalis.

3.7 Pengukuran Skala

Pengukuran skala yang digunakan adalah skala Likert, (Sugiyono, 2020) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang

atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing- masing jawaban pernyataan alternatif, menurut (Sugiyono,2020) skor skala likert adalah sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Puas (SP) diberi skor 5
2. Untuk jawaban Puas (P) diberi skor 4
3. Untuk jawaban Cukup Puas (CP) diberi skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Puas (TP) diberi skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Puas (STP) diberi skor 1

Sedangkan nilai (skor) dapat dilihat dengan menghitung nilai terendah = 1, yaitu jawaban responden adalah “Sangat Rendah”, dan nilai tertinggi = 5, yaitu bila jawaban responden adalah “Sangat Tinggi”. Adapun kategori skala atau identifikasi yang diberikan atas jawaban yang diperoleh untuk masing-masing pertanyaan adalah diperoleh melalui perhitungan berikut :

$$i = \frac{r}{k} \quad \text{……..…….(3.2)}$$

Keterangan:

i = Interval Kelas

r = Skor tertinggi – skor terendah

k = Jumlah Kelas

Berdasarkan rumus identifikasi skor, berikut perhitungan untuk penelitian ini:

$$i = \frac{r}{k} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8 \quad \text{…….. …….(3.3)}$$

Tabel 3.1 Identifikasi Skor

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai

1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Tidak Puas (TP)	2
5	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber data : Sugiyono (2022)

Tabel 3.1 digunakan sebagai acuan untuk melakukan analisis masing-masing variabel beserta indikator-indikator dalam penelitian ini. Dengan demikian akan diketahui kategori tanggapan responden terhadap masing-masing variabel dan indikator tersebut.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut:

1. Penyuntingan (*editing)*

   Penyuntingan yaitu meneliti jawaban-jawaban yang telah diberikan oleh para responden, maksudnya untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan sesuai dengan persetujuan pengisian kuesioner yang diajukan dan diisi dengan benar.

2. Pengkodean *(coding)*

   Pengkodean yaitu pemberian tandaa atau simbol untuk setiap kemungkinan jawaban pada setiap daftar pertanyaan.

3. Tabulasi (*tabulating)*

   Tabulasi yaitu memberi skor terhadap jawaban responden menurut kaedah yang tepat, kemudian mengajukan data tersebut dalam bentuk tabel menurut kategori jawaban serta menghitung frekuensi dari masing-masing kategori

3.9 Teknik Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dimana peneliti akan menganalisa data berupa angka-angka yang diolah dengan menggunakan uji kualitas data yang berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data pada penelitian ini akan diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik untuk memecahkan masalah pokok sekaligus

menjawab hipotesis yang diajukan. Adapun uji kualitas data menurut Ghozali (2016) sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

   a. Uji Validitas

      Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi skor tiap indikator pertanyaan dengan jumlah skor keseluruhan indikator pertanyaan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated Item total correlations*) dengan nilai r_{tabel} . Dimana nilai dari r_{tabel} 5% atau 0,05 dengan rumus, jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka bernilai positif, dan pertanyaan tersebut dilakukan valid (Ghozali, 2018).

   b. Uji Reliabilitas

      Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (a). suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (a) 0,60 (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

   Untuk menguji persamaan regresi yang diperoleh linier dan bisa dipergunakan untuk melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik, yaitu:

   a. Uji normalitas

      Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pembuktian apabila data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya,

yaitu pada *histogram* maupun normal *probability plot*. Pada *histogram*, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada normal *probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. (Santoso dalam Prayascita, 2020) menyebutkan jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Liniearitas

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa, uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai *Deviation From Linearity* Signifikansi > 0,05, maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear.
2) Jika nilai *Deviation From Linearity* Signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan tidak mempunyai hubungan linear.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa, uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dinyatakan homoskedastisitas jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, sebaliknya model regresi dinyatakan heteroskedastisitas jika varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda. Jadi

model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya model regresi homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas mempunyai kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikansi > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisisttas dalam model regresi.
2) Jika nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara Pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan pembelian baik fitur produk yang terjadi sekarang ataupun yang diharapkan. Untuk menguji pegaruh variabel Fitur produk terhadap keputusan pembelian secara terpisah menggunakan rumus korelasi sederhana dan koefisien determinan, kemudian menggunakan uji t untuk menentukan taraf signifikannya.

a. Rumus Korelasi Sederhana

Rumus korelasi sederhana adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum y \sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad \text{..... (3.4)}$$

Keterangan : r = Koefisien korelasi yang dicari n = Jumlah responden X = Nilai variabel X Y = Nilai variabel Y r_{hitung} digunakan untuk menghitung apakah pngaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka dapat dikatakan bahwa tingkat fitur produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Kemudian menggunakan Koefisien Determinan $(r)^2$ untuk mengukur besarnya pengaruh dimensi hasil terhadap keputusan pembelian

$$Kd = r^2 \, x \, 100\% \quad \text{.....} \quad (3.5)$$

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien

Determinan r = Nilai Koefisien Korelasi

b. Taraf Signifikan Korelasi Sederhana

Rumus taraf signifikan korelasi sederhana adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}} \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots \quad (3.6)$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable bebas dan variabel terikat yaitu antara fitur produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun analisis regresi yang digunakan pada proposal ini untuk menguji pengaruh fitur produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan regresi linear sederhana. Rumus persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = a + bX \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots \quad (3.7)$$

Keterangan:

Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan (Keputusan Pembelian)

a : Konstanta

b : Angka atau arahan koefisien regresi

yang menunjukkan angka atau penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variabel dependent. Bila b (+) maka baik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X : Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu Fitur Produk Dari rumus penelitian regresi linear sederhana diatas dapat dicari nilai a dan nilai b dengan menggunakan cara sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots \quad (3.8)$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \quad \text{..... (3.9)}$$

5. Uji t (t-test)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terrhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{r\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t_{hitung}

r = Nilai koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

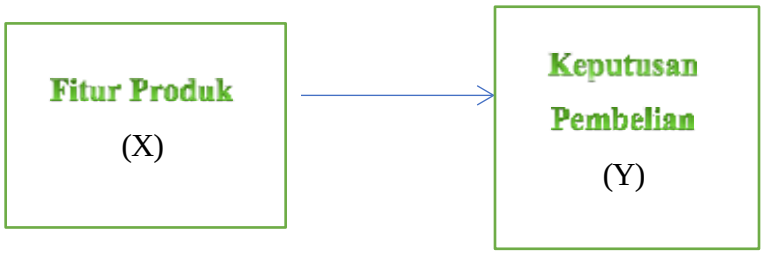
3.10 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2019) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang besifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkat tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komperatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun satu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini mengetahui pengaruh fitur produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Samsung pada Masyarakat Bengkalis akan dilakukan pengamatan informasi data yang diperoleh yaitu data yang *actual* dan dirangkum menjadi suatu keputusan kesimpulan serta pertimbangann kemudian dihubungkan dengan teori yang relevan guna memperoleh hasil penelitian yang akurat.

3.11 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2019), hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian. Berikut tolak dari

permasalahan yang diajukan dan tujuan peneliti serta landasan teori landasan teori mengenai pengaruh kualitas pelayanat:



Gambar 3.1 Karangka Hipotesis

Dalam penelitian ini Hipotesis yang dikemukakan antara lain:

Ha : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen yaitu Fitur Produk (X) terhadap variabel dependen keputusan Pembelian (Y).

Ho : Diduga tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel independent yaitu Fitur Produk (X) terhadap variabel dependen keputusan Pembelian (Y).

Kaidah pengujian:

Jika, $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka tolak Ho, terima Ha artinya positif dan signifikan.

Jika, $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka terima Ho, tolak Ha artinya tidak ada pengaruh positif dan tidak signifikan.

3.12 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah batasan-batasan yang terdapat dalam hipotesis, yang gunanya untuk menjaga agar dalam pembahasan nanti tidak terjadi penyimpangan atau ketidakjelasan batasan penelitian dan masing-masing variabel pada penelitian ini. Adapun definisi konsep dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Dalam bukunya, Tjiptono menekankan bahwa fitur produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran produk. Fitur produk dapat berupa:

1. Fitur fisik: Desain, warna, ukuran, dan lain-lain.
2. Fitur fungsional: Kinerja, kecepatan, kemudahan penggunaan, dan lain- lain.
3. Fitur simbolis: Merek, status, identitas, dan lain-lain.

Tjiptono juga menekankan bahwa fitur produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dapat memberikan nilai tambah bagi mereka. Dengan demikian, fitur produk dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks pemasaran, fitur produk dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk membedakan produk dari produk lainnya, Berikut ini indikator dari Fitur Produk :

a. Kinerja: Seberapa baik fitur produk berfungsi dan memenuhi kebutuhan konsumen.
b. Kemudahan penggunaan: Seberapa mudah konsumen dapat menggunakan fitur produk.
c. Kualitas: Seberapa baik fitur produk dirancang dan dibuat untuk memenuhi standar kualitas.

d. Keunikan: Seberapa unik dan berbeda fitur produk dari produk lainnya.
e. Nilai tambah: Seberapa besar nilai tambah yang diberikan oleh fitur produk kepada konsumen.
f. Kesesuaian: Seberapa sesuai fitur produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
g. Keandalan: Seberapa andal fitur produk dalam berfungsi dan memenuhi kebutuhan konsumen.
h. Kemampuan penyesuaian: Seberapa mudah fitur produk dapat disesuaikan Menurut (Tjiptono, 2020) Keputusan pembelian adalah proses yang kompleks yang melibatkan beberapa tahap, termasuk pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian.

Dalam bukunya, Tjiptono menekankan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk:

1. Faktor internal: seperti kebutuhan, motivasi, persepsi, dan sikap konsumen.
2. Faktor eksternal: seperti lingkungan, budaya, sosial, dan ekonomi.
3. Faktor pemasaran: seperti produk, harga, promosi, dan distribusi Tjiptono juga menekankan bahwa keputusan pembelian

Konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa tahap, yaitu:

1. Pengenalan masalah: konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah.
2. Pencarian informasi: konsumen mencari informasi tentang produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.
3. Evaluasi alternatif: konsumen mengevaluasi beberapa alternatif produk atau jasa.
4. Keputusan pembelian: konsumen membuat keputusan untuk membeli produk atau jasa.
5. Perilaku pasca-pembelian: konsumen melakukan evaluasi pasca- pembelian dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di masa depan

Dengan memahami proses keputusan pembelian konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempengaruhi konsumen dan meningkatkan penjualan.

3.13 Definisi Operasional

Defenisi operasional merupakan uraian tentang batasan variable yang telah dipilih dalam penelitian.

Tabel 3.2 Defiisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Fitur Produk (X)	Menurut (Tjiptono, 2020) Keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Kotler & Amstrong 2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.	1. Menginformasikan pelanggan tentang fitur 2. Memberikan layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan. 3. Kesediaan untuk membantu pelanggan 4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut(Fandy Tjiptono, 2022), fitur produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk adalah fungsi inti produk yang memberikan nilai kepada pengguna akhir.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung Kembali 3. Kesediaan merekomendasi	Likert

Sumber : Tjiptono, 2020

BAB 4
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik/Profil Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkalis kepada seluruh pelanggan pengguna Hanphone Samsung untuk menganalisa pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Pada Masyarakat Bengkalis. Untuk memperjelas pemahaman hasil penelitian dari variabel yang diteliti, dilakukan penggalian dan pengumpulan data. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden masyarakat di kota Bengkalis sebagai sumber informasi sesuai dengan kuesioner yang dibuat untuk penelitian ini. Penyajian data ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik mereka selaku responden yang terpilih dalam penelitian yang dilakukan. Karakteristik yang diperlukan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Dibawah ini akan terlihat karakteristik/profil responden dalam penelitian ini.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian ini, diperoleh data mengenai jenis kelamin responden sebagaimana dapat dilihat Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	**Jumlah (Orang)**	**Persentase**
1	Laki-laki	58	58%
2	Perempuan	42	42%
	Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Data Olahan, 2025

Dari data Tabel 4.1 terlihat bahwa, karakteristik masyarakat di Kota Bengkalis berdasarkan jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan dari pada laki-laki. Dengan hasil yang didapatkan, pelanggan dengan jenis kelamin perempuan yaitu, sebesar 42 orang atau dalam bilangan 42%, sedangkan jenis kelamin laki-laki yaitu, 58 orang atau dalam bilangan persen 58%. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa mayoritas masyarakat Kota Bengkalis yang

pernah menggunakan . Hanphone Samsung adalah Laki- laki.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Untuk melihat usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
1	<20 Tahun	11	11%
2	20-30 Tahun	75	75%
3	30-40 Tahun	13	13%
4	>40 Tahun	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa pelanggan yang berumur <20 tahun berjumlah 11 orang atau dalam bilangan persen 11%, sedangkan pelanggan yang berumur 20-30 tahun berjumlah 75 orang atau dalam bilangan persen 75%, pelanggan yang berumur 30-40 tahun berjumlah 13 orang atau dalam bilangan persen 13% dan pelanggan yang berumur >40 tahun berjumlah 1 orang atau dalam bilangan persen 1% . Dalam hal ini pelanggan yang usia 20-30 tahun digolongkan konsumtif, sehingga golongan usia ini bisa dikatakan tingkat konsumsinya sangat tinggi terhadap penggunaan Hanphone Samsung di Bengkalis.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan mereka dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase
1	Mahasiswa	38	38%
2	Karyawan Swasta	8	8%
3	Wirausaha	19	19%
4	Buruh	7	7%
5	Petani	-	-
6	Lainnya	28	28%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa pengguna Mahasiswa berjumlah

38 orang atau dalam bilangan persen 38%, pengguna karyawan swasta berjumlah 8 orang atau dalam bilangan persen 8%, pengguna wirausaha berjumlah 19 orang atau dalam bilangan persen 19%, pengguna Buruh berjumlah 7 orang atau dalam bilangan persen 7%, pengguna petani berjumlah 0 orang, sedangkan pengguna lainnya berjumlah 28 orang atau dalam bilangan persen 28%. Hal ini berarti bahwa lebih banyak pelanggan dari Karyawan Swasta yang menggunakan Handphone Merek Samsung di Bengkalis

4.2 Instrumen Penelitian

Untuk menguji statistik deskriptif maka penulis menggunakan bantuan program SPSS 20, berikut ini pengujiannya:

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 14 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *corredcted item* total *correlation* dengan tarif 5% dengan uji satu sisi. Untuk *Degree of freedom (df)* = n-k. dalam penelitian ini besarnya r hitung dengan tingkat signifikan 5% untuk jumlah responden yang berjumlah 100 responden maka Degree of freedom (df) = 100 – 2 = 98 adalah sebesar 0,196. Apabila nilai r_{hitung} > nilai r_{tabel} maka bernilai positif, dan pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid. (Ghozali, 2018). Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	*Corrected item total Correlation*	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Fitur Produk (X)	P1	0,636	0,196	Valid
	P2	0,620	0,196	Valid
	P3	0,689	0,196	Valid
	P4	0,715	0,196	Valid
	P5	0,760	0,196	Valid
	P6	0,749	0,196	Valid
	P7	0,713	0,196	Valid
	P8	0,725	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,752	0,196	Valid
	P2	0,807	0,196	Valid
	P3	0,781	0,196	Valid

Variabel	Pernyataan	*Corrected item total Correlation*	Nilai r_{tabel}	Keterangan
	P4	0,793	0,196	Valid
	P5	0,744	0,196	Valid
	P6	0,756	0,196	Valid

Sumber : Data Olahan, 2025

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa setiap pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ seperti yang dicantumkan pada pada kolom *Corrected item* dan kolom r_{tabel}. Dapat diasumsikan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan kata lain, semua item yang diuji memenuhi kriteria validitas yang diperlukan, sehingga dapat digunakan secara sah dalam analisis lebih lanjut.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variabel penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 0,60 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	*Cornbach Alpha*	Nilai Alpha	Keterangan
Fitur Produk (X)	P1	0,844	0,60	Reliabel
	P2	0,845	0,60	Reliabel
	P3	0,836	0,60	Reliabel
	P4	0,831	0,60	Reliabel
	P5	0,825	0,60	Reliabel
	P6	0,826	0,60	Reliabel
	P7	0,832	0,60	Reliabel
	P8	0,830	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,843	0,60	Reliabel
	P2	0,829	0,60	Reliabel
	P3	0,840	0,60	Reliabel
	P4	0,832	0,60	Reliabel
	P5	0,843	0,60	Reliabel
	P6	0,846	0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2025

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 60. Nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi ini mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan dalam

penelitian ini dapat dianggap reliabel. Dengan kata lain, instrumen penelitian menunjukkan konsistensi internal yang baik, sehingga hasil yang diperoleh dari pengukuran ini dapat dipercaya dan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4.3 Uji Asumsi Klasik

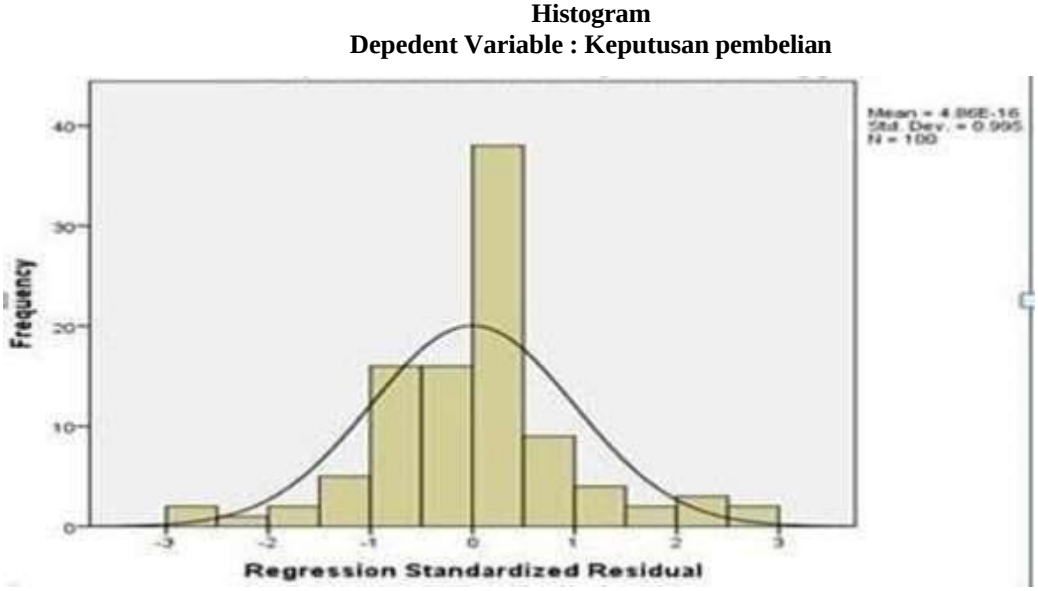
Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan dengan uji normalitas, liniearitas dan heteroskedastisitas.

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan histogram, grafik, dan pendekatan statistik *kolmogrov-smirnov*.

1. Uji Normalitas Pendekatan Histogram

Uji normalitas dengan pendekatan histogram dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:



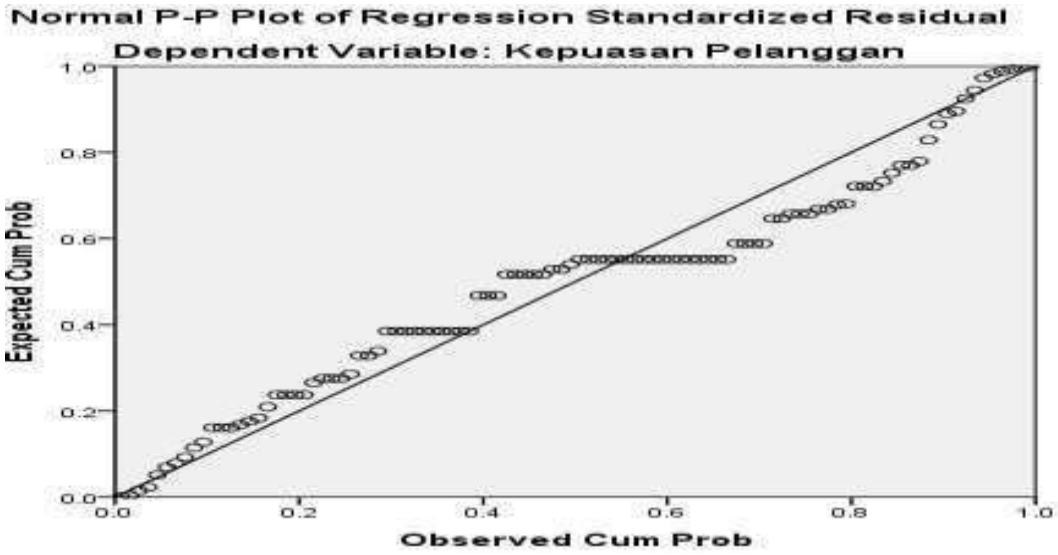
Gambar 4.1 Grafik Histogram
Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Gambar 4.1, tampilan hasil grafik histogram menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah berdistriusi normal, hal ini terlihat dari bentuk histogram yang menyerupai lonceng atau gunung, tanpa adanya penyimpangan yang signifikan ke kiri atau ke kanan. Dengan kata lain, distribusi data menunjukkan kesimetrian yang baik, menandakan bahwa penyebaran data

mengikuti pola distribusi normal.

2. Uji Normalitas Pendekatan Grafik Normal *Probability Plot*

Uji normalitas dengan pendekatan grafik normal *probability plot* dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini:



Gambar 4.2 Kurva Normal Probility P-Plot

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Gambar 4.2 grafik Normal P-Plot menunjukkan bahwa sebaran data berada di sekitar garis lurus diagonal. Data terdistribusi dengan mengikuti garis diagonal yang membentuk pola miring dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal, karena posisi data yang terletak di sekitar garis lurus diagonal mengindikasikan bahwa tidak ada penyimpangan signifikan dari pola distribusi normal.

3. Uji Kolmogrov-Smirnov (K-S)

Uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov dilakukan dapat melihat dari nilai Asymp.Sig > dari tingkat alpha yang ditetapkan yaitu 0,05. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.92916374
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		1.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji normalitas komogrov-smirnov menunjukkan bahwa nilai *Asymptotic Sig* adalah 0,107 > 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan dari distribusi normal. Dengan kata lain, karena nilai *Asymptotic Sig* lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, dapat diasumsikan bahwa nilai residual dalam model ini berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji *spearman rho* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen dengan residual. Uji *spearman's rho* dilakukan dapat dilihat dari nilai sig > 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman's rho

			Responsiveness	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Fitur Produk	Correlation Coefficient	1.000	.005
		Sig. (2-tailed)	.	.959
		N	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.005	1.000
		Sig. (2-tailed)	.959	.
		N	100	100

Correlations

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji *Spearman's rho* menunjukkan bahwa nilai Sig untuk Untandardized Residual adalah 0,959 > 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan kata lain, nilai Sig yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan menunjukkan bahwa variansi residual adalah konstan dan tidak bergantung pada nilai prediktor, sehingga model regresi ini memenuhi asumsi homoskedastisitas.

4.3.3 Uji Liniearitas

Uji liniearitas data diperlukan untuk mengetahui model regresi yang digunakan linier atau non linier. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji liniearitas adalah jika nilai *Sig Deviation From Liniearity* > 0,05 maka model yang tepat yaitu regresi linier. Sedangkan jika Sig *Deviation From Liniearity* < 0,05 maka model yang tepat yaitu non linier. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Liniearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Fitur Produk	Between Groups	(Combined)	991.203	17	58.306	27.273	.000
		Linearity	957.005	1	957.005	447.637	.000
		Deviation from Linearity	34.199	16	2.137	1.000	.466
	Within Groups		175.308	82	2.138		
	Total		1166.511	99			

ANOVA Table

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan nilai signifikasi (Sig) dari Tabel 4.8 di peroleh nilai *Deviation from Linearity Sig* adalah 0,466 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antar variabel Fitur Produk (X) dengan variabel keputusan Pembelian (Y).

4.4 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Pada bagian ini, akan disajikan data yang diperoleh dari sejumlah kuesioner mengenai variabel keputusan pembelian Hanphone Samsung di Bengkalis. Untuk mengetahui jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian pada handphone Samsung di Bengkalis, dapat dilihat penjelasan berikut ini:

4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harapan

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel kesesuaian harapan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Saya membelikarena telah memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang diberikan terhadap saya.

   Tanggapan responden mengenai pernyataan telah memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang diberikan terhadap saya, dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Puas Karena Samsung telah memenuhi Hasil dan Kinerja yang Diberikan Terhadap Saya

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	37	37%
2	Puas	45	45%
3	Cukup Puas	16	16%
4	Tidak Puas	1	1%
5	Sangat Tidak Puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa 37 pelanggan atau 37% menyatakan sangat puas, 45 pelanggan atau 45% menyatakan puas, 16 pelanggan atau 16% menyatakan cukup puas, 1 pelanggan atau 1% menyatakan tidak puas dan 1 pelanggan atau 1% menyatakan sangat tidak puas. Dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung di Bengkalis dengan jumlah 45 orang atau sekitar 45% menyatakan bahwa mereka puas mengenai pernyataan saya merasa puas karena IndiHome telah memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang diberikan terhadap saya. Hal ini menunjukkan bahwa IndiHome telah memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil ini menegaskan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis berhasil memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan dalam hal kenyamanan, hasil dan kinerja. Untuk mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi ini,Handphone Samsung di Bengkalis disarankan untuk terus berfokus pada pemeliharaan dan peningkatan harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang mereka berikan, karena memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang tinggi merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone di masyarakat Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja. Kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kenyamanan, hasil dan kinerja menunjukkan bahwa Handphone Samsung sukses dalam memenuhi

harapan pelanggan dan memberikan nilai yang sesuai dengan apa yang dijanjikan.

2. Saya merasa kebutuhan Saya sebagai pelanggan terpenuhi dengan baik oleh Samsung

Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya merasa kebutuhan Saya sebagai pelanggan terpenuhi dengan baik oleh Samsung , dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Kebutuhan Saya Sebagai Pengguna Terpenuhi Dengan Baik Oleh Samsung

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	51	51%
2	Puas	36	36%
3	Cukup Puas	12	12%
4	Tidak Puas	1	1%
5	Sangat Tidak Puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa 51 pelanggan atau 51% menyatakan sangat puas, 36 pelanggan atau 36% menyatakan puas, 12 pelanggan atau 12% menyatakan cukup puas, 1 pelanggan atau 1% menyatakan tidak puas tidak ada pelanggan menyatakan sangat tidak puas. Dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pengguna Handphone Samsung dengan jumlah 51 orang atau sekitar 51% menyatakan bahwa mereka sangat puas mengenai pernyataan Saya merasa kebutuhan Saya sebagai pelanggan terpenuhi dengan baik oleh Handphone Samsung . Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik oleh IndiHome memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung telah berhasil memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi pelanggan terkait dengan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Untuk mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi ini, Handphone Samsung di Bengkalis disarankan untuk terus fokus pada pengembangan dan perbaikan kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik, karena kemampuan ini

terbukti menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Berkunjung Kembali

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel minat berkunjung kembali, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Saya akan tetap setia menggunakan Handphone Samsung di masa mendatang Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya akan tetap setia menggunakan layanan IndiHome di masa mendatang, dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Akan Tetap Setia Menggunakan handphone Samsung di Masa Mendatang

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	43	43%
2	Puas	36	36%
3	Cukup Puas	17	17%
4	Tidak Puas	3	3%
5	Sangat Tidak Puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa 43 pelanggan atau 43% menyatakan sangat puas, 36 pelanggan atau 36% menyatakan puas, 17 pelanggan atau 17% menyatakan cukup puas, 3 pelanggan atau 3% menyatakan tidak puas, dan 1 pelanggan atau 1% yang menyatakan sangat tidak puas. Dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung di Bengkalis dengan jumlah 43 orang atau sekitar 43% menyatakan bahwa mereka sangat puas mengenai pernyataan Saya akan tetap setia menggunakan layanan Handphone Samsung di masa mendatang. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Handphone Samsung di Bengkalis merasa sangat puas dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan dalam hal kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan yang tinggi ini mencerminkan keberhasilan Handphone Samsung dalam memberikan

hasil yang memuaskan dan sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal kualitas pelayana yang diberikan. Kepuasan yang konsisten dan tinggi ini mencerminkan kemampuan Handphone Samsung Bengkalis untuk memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan.

2. Saya merasa puas dengan Produk Handphone Samsung sehingga ingin terus berlangganan dan menggunakan kembali

Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya merasa puas dengan produk Handphone samsung sehingga ingin terus berlangganan dan menggunakan kembali, dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Puas Dengan Handphone Samsung Sehingga Ingin Terus Berlangganandan Menggunakan Kembali

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	47	47%
2	Puas	40	40%
3	Cukup Puas	11	11%
4	Tidak Puas	2	2%
5	Sangat Tidak Puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa 47 pelanggan atau 47% menyatakan sangat puas, 40 pelanggan atau 40% menyatakan puas, 11 pelanggan atau 11% menyatakan cukup puas, 2 pelanggan atau 2% menyatakan tidak puas, tidak ada pelanggan yang menyatakan sangat tidak puas. Dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung Bengkalis dengan jumlah 47 orang atau sekitar 47% menyatakan bahwa mereka sangat puas mengenai pernyataan Saya merasa puas dengan Handphone Samsung sehingga ingin terus berlangganan dan menggunakan kembali. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa mayoritas pelanggan Handphone Samsung Bengkalis merasa sangat puas dengan pengalaman mereka secara keseluruhan. Dengan 47% pelanggan yang menyatakan kepuasan yang sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis berhasil memenuhi, bahkan melampaui, harapan

pelanggan. Kepuasan yang tinggi ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka dan memutuskan untuk menggunakan Handphone Samsung Bengkalis kembali. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal pengalaman pelanggan, mencerminkan standar tinggi yang diterapkan dalam setiap produk yang mereka tawarkan.

4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kesediaan Merekomendasi

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel kesediaan merekomendasi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat sebagai Provider yang berkualitas.

   Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat sebagai Provider yang berkualitas, dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Puas dan Akan Merekomendasikan handphone Samsung Kepada Kerabat Sebagai Provider yang Berkualitas

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	37	37%
2	Puas	47	47%
3	Cukup Puas	15	15%
4	Tidak Puas	1	1%
5	Sangat Tidak Puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa 37 pelanggan atau 37% menyatakan sangat puas, 47 pelanggan atau 47% menyatakan puas, 15 pelanggan atau 15% menyatakan cukup puas, 1 pelanggan atau 1% menyatakan tidak puas, tidak ada pelanggan yang menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung Bengkalis yakni 47% dari total responden, merasa puas dan bersedia merekomendasikan Handphone Samsung Bengkalis kepada kerabat sebagai provider yang berkualitas. Hasil ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis tidak hanya memenuhi tetapi juga

melampaui harapan pelanggan dalam hal kepuasan secara umum. Dengan persentase yang tinggi dari pelanggan yang merasa puas dan sangat puas, hal ini mencerminkan keberhasilan Handphone Samsung Bengkalis dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Tingkat kepuasan yang tinggi ini tidak hanya mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka secara keseluruhan, tetapi juga mencerminkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis mampu menawarkan nilai tambah yang signifikan, membuat pelanggan merasa cukup terkesan untuk Handphone Samsung Bengkalis ini kepada orang lain. Dengan demikian, dapat diasumsikan Handphone Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik di mata pelanggan, terbukti dari tingkat kepuasan yang tinggi dan kecenderungan pelanggan untuk merekomendasikan Handphone Samsung ini kepada orang lain.

2. Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat karena kualitas jaringannya bagus.

Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat karena kualitas jaringannya bagus, dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya Merasa Puas dan Akan Merekomendasikan handphone Samsung Kepada Kerabat Karena Kualitas Jaringannya Bagus

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Puas	47	47%
2	Puas	35	35%
3	Cukup Puas	14	14%
4	Tidak Puas	3	3%
5	Sangat Tidak Puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa 47 pelanggan atau 47% menyatakan sangat puas, 35 pelanggan atau 35% menyatakan puas, 14 pelanggan atau 14% menyatakan cukup puas, 3 pelanggan atau 3% menyatakan tidak puas, dan 1 pelanggan atau 1% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung Bengkalis merasa sangat puas dengan hasil yang

mereka terima. Dengan 47% pelanggan yang menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi, ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis berhasil memenuhi, bahkan melampaui, harapan pelanggan dalam hal kualitas hasil jaringannya. Kepuasan yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga memberikan pengalaman yang melebihi apa yang mereka harapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa Handphone Samsung Bengkalis konsisten dalam memberikan hasil jaringan yang memuaskan dan mungkin juga menawarkan nilai tambah yang tidak terduga bagi pelanggan mereka. Dengan banyaknya pelanggan yang merasa sangat puas, dapat disimpulkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis memiliki keunggulan dalam hal hasil jaringan yang diberikan, yang berkontribusi pada tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Selain itu, kepuasan yang sangat tinggi ini juga menunjukkan bahwa banyak pelanggan merasa cukup puas dan yakin untuk merekomendasikan Handphone Samsung Bengkalis kepada kerabat mereka. Ini adalah indikator penting bahwa Handphone Samsung Bengkalis ini tidak hanya memuaskan pelanggan mereka saat ini tetapi juga mampu membangun reputasi positif yang berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal kualitas hasil jaringannya. Reputasi ini tidak hanya terlihat dari tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi tetapi juga dari kecenderungan mereka untuk merekomendasikan Handphone Samsung Bengkalis ini kepada orang lain, yang mencerminkan keberhasilan Handphone Samsung Bengkalis dalam memberikan pengalaman jaringan yang memuaskan dan bernilai.

4.4.4 Analisis Rangkuman Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Adapun hasil rangkuman dari variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15 Rangkuman Tanggapan Responden Keputusan Pembelian

Indikator Keputusan Pembelian			Distribusi Frekuensi					Total	Mean	Ket
			SP	P	CP	TP	STP			
			5	4	3	2	1			
Kesesuaian Harapan	1	Frek	37	45	16	1	1	100	4,16	Tinggi
		Skor	185	180	48	2	1	416		
	2	Frek	51	36	12	1	0	100	4,37	Sangat Tinggi
		Skor	255	144	36	2	0	437		
Minat Berkunjung Kembali	1	Frek	43	36	17	3	1	100	4,17	Tinggi
		Skor	215	144	51	6	1	417		
	2	Frek	47	40	11	2	0	100	4,32	Sangat Tinggi
		Skor	235	160	33	4	0	432		
Kesediaan Merekomendasi	1	Frek	37	47	15	1	0	100	4,20	Sangat Tinggi
		Skor	185	188	45	2	0	420		
	2	Frek	47	35	14	3	1	100	4,24	Sangat Tinggi
		Skor	235	140	42	6	1	424		
Total		Frek	262	239	85	11	3	600	4,24	Sangat Tinggi
		Skor	1310	956	255	22	3	2546		

Sumber: Data Olahan 2025

Dari Tabel 4.15 dapat dijelaskan bahwa pada indikator kesesuaian harapan, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,16, digolongkan dalam kelas tinggi, pada pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,37, digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Pada indikator minat berkunjung kembali, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,17, digolongkan dalam kelas tinggi, sementara pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,32, digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Untuk indikator kesediaan merekomendasi, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,20, digolongkan dalam kelas sangat tinggi, dan

pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,24, digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Semua skor ini digolongkan dalam kategori sangat tinggi, yang secara konsisten menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang sangat positif terhadap berbagai aspek layanan yang diberikan oleh Handphone Samsung Bengkalis. Dengan rata-rata skor mean keseluruhan sebesar 4,24, hasil ini menegaskan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Handphone Samsung Bengkalis berada pada kategori yang sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kepuasan yang sangat besar dalam semua dimensi yang dinilai, mulai dari hasil kualitas jaringannya bagus hingga aspek lainnya yang relevan. Kepuasan pelanggan yang sangat tinggi ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan Handphone Samsung Bengkalis dalam memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga menunjukkan bahwa mereka telah melampaui harapan pelanggan dalam banyak aspek yang relevan.

4.5 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Fitur Produk

Berikut hasil tanggapan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variable Fitur Produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

4.5.1 Hasil Tanggapan Indikator Menginformasikan Fitur kamera pada Samsung memengaruhi keputusan saya untuk membeli.

1. Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel menginformasikan pelanggan tentang fitur Produk, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Fitur kamera pada Samsung memengaruhi keputusan saya untuk membeli.

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	34	34%
2	Puas	45	45%
3	Cukup puas	17	17%
4	Tidak puas	2	2%
5	Sangat Tidak puas	2	2%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa 34 pengguna atau 34% menyatakan sangat setuju , 45 pelanggan atau 45% menyatakan Setuju , 17 pelanggan atau 17% menyatakan Netral , 2 pelanggan atau 2% menyatakan

tidak setuju dan 2 pelanggan atau 2% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung Bengkalis merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, dengan 45% pelanggan menunjukkan tingkat kepuasan yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis berhasil memenuhi harapan pelanggan dalam hal pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik terkait dengan pelayanan, seperti yang tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan positif. Kualitas layar (misalnya resolusi, kejernihan) menjadi pertimbangan utama saya.

2. Tanggapan responden mengenai pernyataan yang diberikan Handphone Samsung memberikan informasi yang jelas dan update secara berkala mengenai status penanganan masalah pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17 Tanggapan Responden yang diberikan memberikan Kualitas layar (misalnya resolusi, kejernihan) menjadi pertimbangan utama saya.

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	38	38%
2	Puas	42	42%
3	Cukup puas	16	16%
4	Tidak puas	3	3%
5	Sangat Tidak puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa 38 pelanggan atau 38% menyatakan sangat puas, 42 pelanggan atau 42% menyatakan puas, 16 pelanggan atau 16% menyatakan cukup puas, 3 pelanggan atau 3% menyatakan tidak puas, dan 1 pelanggan atau 1% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung Bengkalis merasa puas dengan kualitas kerja yang diberikan, dengan 42% pelanggan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung Bengkalis berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal kualitas kerja yang ditawarkan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone

Samsung Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal memberikan informasi yang jelas dan update secara berkala mengenai status penanganan masalah pelanggan, seperti yang tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan positif terhadap kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka.

4.5.2 Hasil Tanggapan Indikator Memberikan Layanan Yang Segera atau Cepat Bagi Pelanggan

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1 Tanggapan responden mengenai pernyataan Kapasitas penyimpanan (memori internal & eksternal) penting bagi saya.

Tanggapan responden mengenai pernyataan Jika ada kendala pada produk handphone Samsung segera menangani masalah tersebut, dapat dilihat pada Tabel 4.18 berikut ini:

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kapasitas penyimpanan (memori internal & eksternal) penting bagi saya.

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	46	46%
2	Puas	36	36%
3	Cukup puas	14	14%
4	Tidak puas	2	2%
5	Sangat Tidak puas	2	2%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber:DDData Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan bahwa 46 pelanggan atau 46% menyatakan sangat puas, 36 pelanggan atau 36% menyatakan puas, 14 pelanggan atau 14% menyatakan cukup puas, 2 pelanggan atau 2% menyatakan tidak puas dan 2 pelanggan atau 2% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pengguna handpone merek Samsung di Bengkalis merasa sangat puas sejumlah 46 orang atau sekitar 46%, merasa sangat puas karena Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik terkait dengan penanganan masalah pada Handphone Samsung Bengkalis , ini

mencerminkan keberhasianm Bengkalis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan melalui ketanggapan petugas dalam penyelesaian masalah sehingga memberikan nilai tambah yang signifikan.

2. Desain dan bentuk Samsung menarik dan memengaruhi keputusan saya dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut ini:

Tabel 4.19 Desain dan bentuk Samsung menarik dan memengaruhi keputusan saya

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	38	38%
2	Puas	43	43%
3	Cukup puas	17	17%
4	Tidak puas	2	2%
5	Sangat Tidak puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa 38 pelanggan atau 38% menyatakan sangat puas, 43 pelanggan atau 43% menyatakan puas, 17 pelanggan atau 17% menyatakan cukup puas, 2 pelanggan atau 2% menyatakan tidak puas dan tidak ada pelanggan yang menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar Handphone Samsung di Bengkalis, dengan jumlah 43 orang atau sekitar 43%, merasa puas dengan hal k Handphone Samsung di Bengkalis etika dihubungi pada saat membutuhkan bantuan. Kepuasan yang tinggi ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal fitur produk Samsung tersebut ketika dihubungi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis memiliki reputasi yang baik dalam hal hal fitur produk Samsung memberikan nilai tambah yang signifikan, dan berkontribusi pada reputasi positif Handphone Samsung di Bengkalis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal ketanggapan petugas IndiHome ketika dihubungi, yang merupakan faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan serta meningkatkan kepuasan mereka.

4.5.3 Hasil Tanggapan Indikator Kesediaan Untuk Membantu Pelanggan

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel kesediaan untuk membantu pelanggan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Tanggapan Responden Mengenai Pernyatan Sistem operasi & kemudahan penggunaan juga menjadi pertimbangan saya. dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut ini:

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Sistem operasi & kemudahan penggunaan juga menjadi pertimbangan saya.

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	41	41%
2	Puas	35	35%
3	Cukup puas	19	19%
4	Tidak puas	4	4%
5	Sangat Tidak puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa 41 pelanggan atau 41% menyatakan sangat puas, 35 pelanggan atau 35% menyatakan puas, 19 pelanggan atau 19% menyatakan cukup puas, 4 pelanggan atau 4% menyatakan tidak puas, dan 1 pelanggan atau 1% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pennguna Handphone Samsung di Bengkalis merasa sangat puas dengan kesigapan p dalam menangani gangguan layanan, dengan jumlah 41%. Kepuasan yang tinggi ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis berhasil memenuhi harapan pelanggan terkait dengan dalam menangani gangguan layanan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis memiliki reputasi yang baik dalam hal kesigapan dalam menangani gangguan layanan, sebagaimana tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kesigapan menangani gangguan layanan. Ini mencerminkan keberhasila Handphone Samsung di Bengkalis n alam memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan mengenai Handphone Samsung di Bengkalis

2. Handphone Samsung di Bengkalis memiliki Fitur keamanan (misalnya sidik jari, face recognition) menjadi alasan saya membeli.

Tanggapan responden mengena Fitur keamanan (misalnya sidik jari, face recognition) menjadi alasan saya membeli. dapat dilihat pada Tabel 4.21 berikut ini:

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Handphone Samsung Fitur keamanan (misalnya sidik jari, face recognition) menjadi alasan saya membeli.

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	46	46%
2	Puas	36	36%
3	Cukup puas	13	13%
4	Tidak puas	4	4%
5	Sangat Tidak puas	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

SumberDa Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa 46 pelanggan atau 46% menyatakan sangat puas, 36 pelanggan atau 36% menyatakan puas, 13 pelanggan atau 13% menyatakan cukup puas, 4 pelanggan atau 4% menyatakan tidak puas, dan 1 pelanggan atau 1% menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelangga Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan merasa sangat puas dengan kesediaan petugas IndiHome saat pelanggan membutuhkan bantuan, dengan jumlah 46%. Kepuasan yang tinggi ini menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan berhasil memenuhi harapan pelanggan terkait dengan kesediaan saat pelanggan membutuhkan bantuan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan memiliki reputasi yang baik dalam hal kesediaan saat pelanggan membutuhkan bantuan, sebagaimana tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kesediaan saat pelanggan membutuhkan bantuan. Ini mencerminkan keberhasila Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuann dalam memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan mengena Handphone Samsung di

Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan

4.5.4 Hasil Tanggapan Indikator Kesiapan Untuk Merespon Permintaan Pelanggan

Berikut hasil tanggappan responden yang diperoleh dari data kuesioner pada variabel kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan menyediakan layanan komunikasi yang mudah diakses oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pertanyaan kapan saja Tanggapan responden mengenai Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantua menyediakan layanan komunikasi y ang mudah diakses oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pertanyaan kapan saja, dapat dilihat pada Tabel 4.22 berikut ini:

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	48	48%
2	Puas	34	34%
3	Cukup Puas	13	13%
4	Tidak Puas	5	5%
5	Sangat Tidak Puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan bahwa 48 pelanggan atau 48% menyatakan sangat setuju, 34 pelanggan atau 34% menyatakan setuju , 13 pelanggan atau 13% menyatakan netral 5 pelanggan atau 5% menyatakan tidak puas dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju . Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan , dengan jumlah 48 orang atau sekitar 48%, merasa sangat puas dengan penyediaan layanan komunikasi, yang dianggap sesuai dengan standar dan kualitas yang dijanjikan. Kepuasan yang tinggi ini menunjukkan bahwa berhasil

memenuhi harapan pelanggan dalam hal penyediaan layanan komunikasi. Tingkat kepuasan yang tinggi ini mencerminkan keberhasilan Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan dalam menjaga dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini tidak hanya menunjukkan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi tetapi juga mencerminkan komitmen Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan dalam menjaga konsistensi yang mereka sediakan. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan memiliki reputasi yang sangat baik dalam hal penyediaan layanan komunikasi. Kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap standar dan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan ini sukses dalam memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Ini juga menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan berhasil dalam memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan dalam aspek penyediaan layanan komunikasi.

2. Handphone Samsung di Bengkalis selalu bersedia saat Saya membutuhkan bantuan . selalu memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap setiap keluhan atau permintaan bantuan dari pelanggan

   Tanggapan responden mengenai Saya merekomendasikan Samsung kepada orang lain karena fiturnya pelanggan, dapat dilihat pada Tabel 4.23 berikut ini:

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Saya merekomendasikan Samsung kepada orang lain karena fiturnya

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat puas	44	44%
2	Puas	34	34%
3	Cukup puas	21	21%
4	Tidak puas	1	1%
5	Sangat Tidak puas	0	0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.23 menunjukkan bahwa 44 pelanggan atau 44% menyatakan sangat puas, 34 pelanggan atau 34% menyatakan puas, 21 pelanggan atau 21% menyatakan cukup puas, 1 pelanggan atau 1% menyatakan tidak puas dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas. Dari hasil ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pelanggan Handphone Samsung di Bengkalis, dengan jumlah 44 orang atau sekitar 44%, merasa sangat puas dengan respon yang cepat dan tepat yang diberikan oleh petugas IndiHome, yang dianggap sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima. Hal ini juga mencerminkan komitmen Handphone Samsung di Bengkalis untuk memberikan layanan yang berkualitas. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa FiturHandphone Samsung di Bengkalis memiliki reputasi yang baik dalam hal respon yang cepat dan tepat. Kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap tarif yang sesuai dengan kualitas layanan menunjukkan bahwa Handphone Samsung di Bengkalis ini sukses dalam menawarkan lfitur yang bernilai dan memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan terkait dengan harga dan kualitas.

4.5.5 Analisis Rangkuman Deskriptif Fitur Produk

Adapun hasil rangkuman dari variabel Fitur Produk dapat dilihat pada Tabel 4.24 berikut ini:

4.5.6 Analisis Rangkuman Deskriptif Fitur Produk

Adapun hasil rangkuman dari variabel Fitur Produk dapat dilihat pada Tabel 4.24 berikut ini:

Tabel 4.24 Rangkuman Tanggapan Responden Fitur Produk

Indikator Kepuasan Pembeli			Distribusi Frekuensi					Total	Mean	Ket
			SP	P	CP	TP	STP			
			5	4	3	2	1			
Menginformasi Fitur kamerapada Samsung memengaruhi keputu-sansaya untuk mem-beli.	1	Frek	34	45	17	2	2	100	4,07	Tinggi
		Skor	170	180	51	4	2	407		
	2	Frek	38	42	16	3	1	100	4,13	Tinggi
		Skor	190	168	48	6	1	413		
Kualitaslay r (misalnya resolusi, kejernihan) menjadi pertimbang n utama saya.	1	Frek	46	36	14	2	2	100	4,22	Sangat Tinggi
		Skor	230	144	42	4	2	422		
	2	Frek	38	43	17	2	0	100	4,17	Tinggi
		Skor	190	172	51	4	0	417		
Kapasitas penyimpanan (memori internal & eksternal) penting bagi saya.	1	Frek	41	35	19	4	1	100	4,11	Tinggi
		Skor	205	140	57	8	1	411		
	2	Frek	46	36	13	4	1	100	4,22	Sangat Tinggi
		Skor	230	144	39	8	1	422		
Fitur keamanan (misalnya sidik jari, face recognitio n) menjadi alasan saya membeli.	1	Frek	48	34	13	5	0	100	4,25	Sangat Tinggi
		Skor	240	136	39	10	0	425		
	2	Frek	44	34	21	1	0	100	4,21	Sangat Tinggi
		Skor	220	136	63	2	0	421		
Total			335	305	130	23	7	800	4,17	Tinggi
			1675	1220	390	46	7	3338		

Sumber: Data Olahan 2025

Dari Tabel 4.24 dapat dijelaskan bahwa pada indikator menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,07, digolongkan dalam kelas tinggi, dan pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,13, juga digolongkan dalam kelas tinggi. Pada indikator layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,22, digolongkan dalam kelas tinggi, pada pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,17, digolongkan dalam kelas tinggi. Untuk indikator kesetiaan untuk membantu pelanggan, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,11, digolongkan dalam kelas tinggi, pada pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,22, digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Pada indikator kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan, pernyataan pertama memperoleh skor mean 4,25 digolongkan dalam kelas sangat tinggi, pada pernyataan kedua memperoleh skor mean 4,21, digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Dengan rata-rata skor mean keseluruhan sebesar 4,17, hasil ini menunjukkan bahwa secara umum Fitur Produk yang dinilai oleh responden berada dalam kategori tinggi. Ini menandakan bahwa handphone Samsung di Bengkalis berhasil memberikan pelayanan yang sangat memuaskan dalam sebagian besar aspek yang dievaluasi. Hasil ini mencerminkan bahwa handphone Samsun Bengkalis tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan dalam hal Fitur pada produk Keputusan yang tinggi ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan hasil akhir yang diterima, yang mencerminkan standar kualitas yang tinggi dan konsisten. Dengan demikianhandphone Samsun Bengkalis mampu mempertahankan reputasi yang baik dalam hal hasil kerja mereka, yang berkontribusi pada keputusan pembelian yang signifikan dan dapat mendorong rekomendasi positif dari pelanggan.

4.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara Fitur Produk terhadap keputusan pembelian . Adapun hasil dari analisis korelasi sederhana dapat dilihat pada gambar 4.25 berikut:

Tabel 4.25 Hasil Analisis Korelasi

Correlations

		Fitur Produk	Keputusan Pembelian
Fitur Produk	Pearson Correlation	1	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.25 terlihat koefisien korelasi *pearson product moment* lompat jauh sebesar 0,852[a] Artinya besar korelasi atau hubungan antara Fitur Produk terhadap keputusan pembelian ialah sebesar 0,852 atau kuat karena mendekati angka 1. Korelasi *pearson product moment* mempunyai jarak antara -1 sampai dengan +1. Jika koefisien adalah -1 maka kedua variabel yang diteliti mempunyai hubungan linier sempurna negatif. Jika koefisien korelasi adalah +1 maka kedua variabel yang diteliti mempunyai hubungan linier sempurna positif. Berdasarkan tabel 4.25 diatas hubungan Fitur Produk terhadap keputusan pembelian Handphone merek Samsung pada masyarakat Bengkalis signifikan karena angka signifikan sebesar 0,000 < 0,01. Arah korelasi dapat dilihat dari angka koefisien korelasi hasilnya positif atau negatif. Sesuai dengan hasil analisis, koefisien korelas Fitur Produk i bernilai positif yaitu 0,852 maka korelasi kedua variabel bersifat searah. Artinya, jika Fitur Produk tinggi, maka keputusan pembelian Handphone mnerek Samsung pada masyarakat Bengkalis tinggi. Secara umum, korelasi atau hubungan antara Fitur Produk terhadap keputusan pembelian

Handphone merek Samsung pada masyarakat Bengkalis adalah korelasi yang kuat, signifikan dan searah.

Tabel 4.26 Hasil Pengujian Untuk Uji koefisien Determinasi (R2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852[a]	.726	.723	1.939

a. Predictors: (Constant), fitur produk
Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Tabel 4.26 menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) adalah sebesar 0,852, dan diperoleh besar R square atau disebut dengan koefisien determinasi (KD) adalah sebesar 0,726 atau sama dengan 72,6% yang mengandung pengertian bahwa pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan pembelian Handphone merek Samsung pada masyarakat Bengkalis adalah sebesar 72,6%. Jadi dapat dikatakan bahwa 72,6% variabel yang mempengaruhi Fitur Produk terhadap keputusan pembelian Handphone merek Samsung pada masyarakat Bengkalissedangkan 27,4% (100% - 72,6%) sisanya disebabkan oleh variabel lain selain fitur produkyang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti variabel harga, fasilitas, kualitas produk dan faktor lainnya. Penelitian ini selaras dengan peneliti terdahulu (Agustina, 2022) kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna IndiHome di Bandung Timur.

4.7 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil dari analisis linier regresi sederhana dapat dilihat pada Tabel 4.27 berikut ini:

Tabel 4.27 Hasil Koefesien Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.840	1.355		2.833	.006
	Fitur produk	.648	.040	.852	16.115	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan Tabel 4.27 diperoleh persamaan regresi dengan koefisien konstanta dan koefisien variabel yang ada di kolom *Unstandardized Coefficients* B, sehingga diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 3{,}840 + 0{,}648X$$

Pada tabel diatas ini menunjukkan hasil perhitungan koefisien dalam persamaan regresi diperoleh koefisien konstanta 3,840 dan untuk koefisien fitur produk 0,648. Model regresi tersebut memberikan hasil bahwa variabel independen menunjukkan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan pada fitur produk tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari persamaan tersebut diperoleh angka regresi sebesar 0,648. Dalam penelitian ini besarnya konstanta bernilai positif sedangkan besar nilai koefisien variabel bebas yaitu fitur produk juga bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Konstanta sebesar 3,840 mengandung arti bahwa konsisten keputusan pembelian pelanggan adalah sebesar 3,840
2. Apabila fitur produk meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,648.
3. Atau dapat dikatakan bahwa, apabila nilai fitur produk meningkat sebesar 1% maka nilai kepuasan pelangan bertambah sebesar 0,648%. Koefisien regresi linier sederhana tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh fitur produk terhadap kepuasan pelanggan adalah positif.

4.8 Hipotesis

Adapun hasil dari perhitungan pengujian uji t dan signifikansi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.28 berikut ini

Tabel 4.28 Hasil perhitungan uji signifikansi (t test) parsial antara variabel *responsivenness* terhadap kepuasan pelanggan, a=0,05 (dua sisi)

H	Variabel	t_{hitung}	Signifikan	t_{tabel} df 98	α = 0,05 (dua sisi)
100	Fitur Produk (X)	16,115	0,000	1,984	0,05

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.28 dijelaskan bahwa hasil dari perhitungan uji signifikansi fitur produk bahwa t_{hitung} 16,115 > t_{tabel} 1,984 dengan sig 0,000 < α = 0,05. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputsan pembelian, sehingga hipotesis alternatif Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur produkmempengaruhi keputusan pembelian di Kota Bengkalis. Penelitian ini selaras dengan peneliti terdahulu (Hasibuan, 2023) variabel fitur produksecara parsial memiliki pengaruh positif dan singnifikan terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Bengkalis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa, m Bengkalis. Dalam sebuah usaha provider, kualitas pelayanan *responsiveness* merupakan salah satu faktor utama dalam m fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputsan pembelian,enciptakan kepuasan pelanggan.

Apabila dikaitkan dengan kajian teori yaitu kualitas pelayanan *responsiveness*, maka kualitas pelayanan *responsiveness* diartikan sebagai kemampuan penyedia layanan untuk memberikan respon yang cepat, tepat, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Ini mencakup kesediaan untuk membantu, memberikan perhatian yang tepat, dan memberikan layanan yang segera dan efisien.

4.9 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang memerlukan pengembangan penelitian selanjutnya, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel dari penelitian ini terbatas hanya pada pelanggan yang berdomisili di Kota Bengkalis dan yang telah Handphone Samsung Bengkalis . Penelitian ini tidak mencakup masyarakat dari kota lain atau pelanggan yang belum pernah menggunakan layanan jaringan tersebut. Oleh karena itu, hasil penelitian ini hanya berlaku untuk kelompok pelanggan yang spesifik ini dan mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk pelanggan di luar wilayah tersebut atau mereka yang belum pernah menjadi pelanggan.
2. Dalam penyebaran kuesioner dilakukan secara online yaitu dengan cara mengirimkan kuesioner melalui formular. Sebab jika dilakukan langsung penyebaran kuesioner satu per satu kepada responden hal ini akan memerlukan banyak waktu dan biaya. Oleh karena itu, peneliti memilih penyebaran kuesioner dilakukan secara online. Namun kuesioner online juga perlu dikirim secara berskala, baik di grup WhatsApp maupun di obrolan pribadi responden.
3. Penelitian ini hanya mencakup data dari tahun 2025, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan pengaruh fitur produk terhadap keputusan Pembelian . Untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang tren pengaruh fitur produk dan keputusan pembelian , perbandingan antara tahun-tahun.

BAB 5
KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, maka dapat diambil kesimpulan dari pembahasan penelitian ini. Selain kesimpulan juga dapat memberikan beberapa saran yang positif yang tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun kesimpulan dan sarannya adalah sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil tanggapan responden tentang variabel keputusan pembelian Handphone merek Samsung di Bengkalis menunjukkan bahwa skor rata-rata mean adalah 4,24, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menandakan bahwa tingkat kepuasan pengguna pada Handphone merek Samsung di Bengkalis berada pada tingkat yang sangat baik. Skor mean yang tinggi ini mencerminkan bahwa pelanggan secara keseluruhan memiliki pandangan yang sangat positif terhadap berbagai aspek yang dinilai dalam survei kepuasan dalam keputusan pembelian.
2. Hasil tanggapan responden tentang Fitur Produk pada Handphone merek Samsung di Bengkalis menunjukkan bahwa skor rata-rata mean adalah 4,17, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menandakan bahwa Fitur produk yang diberikan oleh Handphone merek Samsung di Bengkalis berada pada tingkat yang sangat baik. Skor mean yang tinggi ini mencerminkan bahwa pelanggan secara keseluruhan memiliki pandangan yang sangat positif terhadap hasil layanan yang diterima.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian . Berdasarkan hasil dari perhitungan uji signifikansi, nilai t_{hitung} sebesar 16,115 > t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 < α = 0,05. Ini menandakan bahwa pengaruh Fitur produk terhadap kepuasan pembelian Handphone merek Samsung di Bengkalis

adalah signifikan. Selain itu, nilai korelasi atau hubungan (R) antara kedua variabel adalah sebesar 0,852. Koefisien determinasi (R square) diperoleh sebesar 0,726 atau 72,6%, yang berarti bahwa 72,6% dari variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna / pembeli Handphone merek Samsung di Bengkalis dapat dipengaruhi oleh Fitur Produk sedangkan sisanya sebesar 27,4% (100% - 72,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Handphone Samsung di Bengkalis harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka, karena kepuasan pelanggan sangat bergantung pada seberapa memuaskan pelayanan yang diterima. Fitur produk yang tinggi memastikan bahwa hasil pelayanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan/pembeli . Dengan demikian, menjaga standar kualitas yang tinggi adalah kunci untuk mencapai dan mempertahankan tingkat keputusan pembelian yang optimal, yang pada akhirnya berkontribusi pada reputasi positif terhadap Handphone merek samsung di Bengkalis.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti mempertimbangkan penambahan variabel lain yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti variabel harga, fasilitas, kualitas produk dan faktor lainnya. Dengan memasukkan variabel-variabel ini, penelitian akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih merek yang berkualitas. Hal ini akan membantu dalam mengidentifikasi berbagai aspek yang dapat ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara lebih holistik.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. Menjelaskan fitur produk dan dampaknya terhadap keputusan konsumen.

A Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education.*

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Universitas Diponegoro. Digunakan untuk menganalisis hubungan antara fitur produk dan keputusan pembelian.

Ginting, N. (2018). Pengaruh fitur produk, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian smartphone di kalangan mahasiswa. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 6(2), 112–120.

otler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education.* Menjelaskan proses dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

otler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education.* Menjelaskan proses dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Pratiwi, R. (2021). Hubungan antara inovasi produk dan fitur teknologi terhadap keputusan pembelian smartphone di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 77– 8

Rangkuti, F. (2014). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: Gramedia.Menyentuh aspek komunikasi pemasaran dalam pembentukan keputusan.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior (12th ed.). Pearson.Fokus pada psikologi dan tahapan keputusan pembelian.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Digunakan untuk landasan metodologi penelitian terkait keputusan pembelian

Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu. Mengulas berbagai faktor yang mendorong keputusan pembelian.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior (12th ed.). Pearson.Fokus pada psikologi dan tahapan keputusan pembelian.

Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi. Ulasan mendalam tentang

fitur produk sebagai elemen diferensiasi.

Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik (4th ed.). Yogyakarta: Andi.Membahas strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen.

Yuliana, D., & Santoso, A. (2020). Pengaruh fitur produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 65–72.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HANDPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BENGKALIS)

Salam Sejahtera untuk kita
semua Responden yang
terhormat,

Perkenalkan Saya Ali Folmes Marbun , Saya merupakan mahasiswi semester 8 Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital. Saat ini Saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi Saya dengan judul **"**Pengaruh Fitur Produk terhadap Keputusan pembelian pada Handphone Merek Samsung (Studi kasus pada Masyarakat Bengkalis".

Sehubungan dengan hal ini, Saya membutuhkan bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian Saya, dimana kuesioner penelitian ini ditujukan kepada seluruh responden yang menjadi pengguna Handphone Merek Samsung

Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti demi terlaksananya penelitian ini. Jika terdapat bagian kuesioner yang tidak jelas, Bapak/Ibu/Saudara/I dapat menghubungi Saya melalui whatsapp di

082213789061

Demikian atas partisipasi dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih.

Hormat Penulis,

ALI FOLMES MARBUN
Catatan:

- Data responden akan terjaga kerahasiaannya dan murni hanya digunakan untuk penelitian skripsi ini.
- Diharapkan responden dapat menjawab secara cermat dan jujur sesuai dengan pengalaman responden sebagai pengguna Handphone Merek Samsung di Bengkalis

1. IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda ceklis (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan jawaban yang mewakili Bapak/Ibu, Saudara/i. Apabila pada keempat pertanyaan pertama, jawaban Bapak/Ibu, Saudara/i "Ya", silahkan untuk melanjutkan pengisian identitas dan mengisi kuesioner.

1. Apakah Saudara/i bersedia menjadi responden dalam penelitian ini?

   ☐ **Ya** ☐ **Tidak**

   Jika jawaban "Ya" maka lanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

2. Apakah Saudara/i merupakan masyarakat Kota Bengkalis?

   ☐ **Ya** ☐ **Tidak**

   Jika jawaban "Ya" maka lanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

3. Apakah anda pengguna Wi-Fi IndiHome?

   ☐ **Ya** ☐ **Tidak**

   Jika jawaban "Ya" maka lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

4. Nama* :

5. Jenis Kelamin* : ☐ Laki-Laki ☐ Peremp uan

6. Usia* : < 20 Tahun ☐ 30 Tahun
   20 – ☐
   30–40 Tahun ☐
   > 40 Tahun ☐

7. Pekerjaan*: ☐ Pelajar/Mahasiswa
   ☐ Karyawan Swasta
   ☐ Pegawai Negeri Sipil (PNS)
   ☐ Wirausaha
   ☐ Lainnya

*Wajib Diisi

II DAFTAR PERNYATAAN

Pada bagian ini penulis mengharapkan jawaban yang jujur dan benar dalam menjawab pertanyaan dibawah ini. Untuk mangisi pertanyaan ini pilih salah satu jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/i pilih.

Petunjuk pengisian kuesioner penelitian ini: Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu, Saudara/i dari masing-masing pernyataan berikut, dengan pedoman:

a. (1) = Sangat Tidak Puas (STP)

b. (2) = Tidak Puas (TP)

c. (3) = Cukup Puas (CP)

d. (4) = Puas (P)

e. (5) = Sangat Puas (SP)

1. Kualitas Fitur Produk (X)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP
Menginformasikan Pelanggan Tentang Kepastian yang menjadi perhatian						
1	.Fitur kamera pada Samsung memengaruhi keputusan saya untuk membeli					
2	Kualitas layar (misalnya resolusi, kejernihan) menjadi pertimbangan utama saya.					
Menyatakan ketertarikan						
3	Daya tahan baterai sangat memengaruhi keputusan saya membeli Samsung					
4	Kapasitas penyimpanan (memori internal & eksternal) penting bagi saya.					
Kesediaan untuk membantu pengguna mengoperasikan						

5	Fitur keamanan (misalnya sidik jari, face recognition) menjadi alasan saya membeli.					

2. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP
Kesesuaian harapan						
1	Saya merasa puas karena Samsung telah memenuhi harapan dalam kenyamanan, hasil dan kinerja yang diberikan terhadap Saya.					
2	Saya merasa kebutuhan Saya sebagai pelanggan terpenuhi dengan baik oleh Samsung					
Minat berkunjung Kembali						
3	Saya akan tetap setia menggunakan Produk Samsung masa mendatang					
4	Saya merasa puas dengan produk Samsung sehingga ingin terus berlangganan dan menggunakan kembali					
Kesediaan merekomendasi						
5	Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat sebagai Provider yang berkualitas.					
6	Saya merasa puas dan akan merekomendasikan Handphone Samsung kepada kerabat karena kualitas jaringannya bagus.					

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Fitur Produk (X)

Nomor Responden	PERNYATAAN								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	3	5	4	4	5	4	5	**34**
2	4	3	5	5	4	5	5	5	**36**
3	3	4	5	4	3	5	4	5	**33**
4	4	3	5	4	5	3	5	3	**32**
5	4	5	4	4	5	4	5	5	**36**
6	3	4	5	4	4	5	5	4	**34**
7	3	3	5	4	4	5	3	4	**31**
8	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
9	4	3	4	5	5	4	3	3	**31**
10	4	3	5	3	5	4	4	4	**32**
11	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
12	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
13	4	5	5	3	4	5	5	3	**34**
14	5	5	4	4	3	4	5	5	**35**
15	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
16	1	1	5	5	5	5	5	5	**32**
17	3	4	5	3	3	5	3	5	**31**
18	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
19	3	4	3	4	5	5	5	5	**34**
20	5	5	5	5	5	5	5	4	**39**
21	4	3	5	3	4	5	3	3	**30**
22	3	5	4	5	5	4	4	3	**33**
23	5	3	5	3	5	3	5	5	**34**
24	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
25	4	5	4	5	2	5	2	4	**31**
26	4	3	5	5	4	4	5	3	**33**

27	3	5	3	5	3	5	3	5	**32**
28	3	4	5	3	4	5	3	4	**31**
29	5	4	4	5	5	4	4	5	**36**
30	4	4	4	4	3	4	4	4	**31**
31	2	2	2	2	2	2	2	2	**16**
32	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
33	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
34	4	4	4	4	5	5	4	4	**34**

Nomor Responden	**PERNYATAAN**								**Total**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**	**P5**	**P6**	**P7**	**P8**	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
36	3	4	5	4	5	3	5	3	**32**
37	5	4	4	3	2	4	2	3	**27**
38	5	5	5	4	5	4	4	5	**37**
39	4	5	4	4	5	5	5	4	**36**
40	4	4	5	4	5	4	5	5	**36**
41	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
42	4	4	3	4	4	4	4	4	**31**
43	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
44	3	2	5	3	3	2	2	3	**23**
45	5	5	5	4	4	4	3	4	**34**
46	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
47	2	3	5	4	4	3	3	5	**29**
48	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
49	3	4	4	3	5	5	5	4	**33**
50	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
51	5	4	3	4	4	5	5	4	**34**
52	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
53	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**

54	5	2	3	4	5	4	5	4	**32**
55	4	4	5	5	4	5	5	4	**36**
56	5	4	4	5	5	4	5	5	**37**
57	4	3	3	4	3	5	3	5	**30**
58	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
59	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
60	4	4	4	4	4	4	5	3	**32**
61	3	4	4	5	3	5	4	4	**32**
62	1	5	1	5	1	1	5	3	**22**
63	4	3	4	4	4	3	4	5	**31**
64	4	5	5	4	4	5	5	4	**36**
65	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
66	4	4	4	5	4	3	4	5	**33**
67	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
68	4	5	4	5	4	5	4	5	**36**
69	4	5	3	4	3	4	4	4	**31**
70	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**

Nomor Responden	**PERNYATAAN**								**Total**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**	**P5**	**P6**	**P7**	**P8**	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
72	5	4	3	4	3	4	5	4	**32**
73	4	4	3	3	2	2	3	3	**24**
74	4	5	4	4	4	3	5	3	**32**
75	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
76	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
77	4	4	4	5	5	5	5	5	**37**
78	3	4	4	4	4	4	4	4	**31**
79	5	4	4	5	5	4	4	3	**34**
80	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
81	5	5	5	4	4	4	5	4	**36**

82	5	4	4	4	3	4	4	4	**32**
83	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
84	4	4	3	4	3	4	4	4	**30**
85	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
86	5	5	5	4	5	5	5	5	**39**
87	4	4	4	3	4	5	4	5	**33**
88	4	4	4	3	3	3	4	4	**29**
89	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
90	5	4	5	3	4	3	5	3	**32**
91	4	5	4	4	3	4	4	4	**32**
92	4	4	3	4	4	4	4	3	**30**
93	4	3	1	2	3	2	2	3	**20**
94	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
95	4	4	2	3	3	3	4	3	**26**
96	4	4	4	4	4	4	5	5	**34**
97	4	5	4	5	4	5	4	5	**36**
98	3	4	5	4	5	4	5	4	**34**
99	4	4	5	5	5	4	4	5	**36**
100	4	5	4	5	4	5	4	5	**36**

Lampiran 3 Hasil Kuesioner keputusan pembelian (Y)

Nomor Responden	**PERNYATAAN**						**Total**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**	**P5**	**P6**	
1	3	4	4	4	3	4	**22**
2	5	4	5	4	5	4	**27**
3	3	5	5	4	4	5	**26**
4	4	5	3	4	5	4	**25**
5	4	4	5	4	4	5	**26**
6	4	3	5	4	4	5	**25**
7	5	5	4	3	4	3	**24**
8	5	5	5	5	5	5	**30**

Nomor Responden	PERNYATAAN						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
35	5	5	5	5	5	5	**30**
36	3	4	4	5	4	3	**23**
37	3	4	3	3	4	2	**19**
38	4	5	4	4	5	4	**26**
39	4	5	5	5	5	4	**28**
40	4	4	5	4	4	5	**26**
41	3	3	3	3	3	3	**18**
42	4	4	4	4	4	4	**24**
43	5	5	5	5	5	5	**30**
44	1	3	2	2	4	4	**16**
45	5	4	4	4	4	5	**26**
46	5	5	5	5	5	5	**30**
47	5	5	4	4	5	4	**27**
48	4	4	4	4	4	4	**24**
49	4	5	5	5	4	5	**28**
50	4	4	4	4	4	4	**24**
51	5	4	4	4	5	5	**27**
52	4	4	4	4	4	4	**24**
53	5	5	5	5	5	5	**30**
54	4	5	4	5	4	3	**25**
55	4	5	3	5	5	4	**26**
56	4	5	5	5	4	5	**28**
57	4	5	5	5	5	5	**29**
58	5	5	5	5	5	5	**30**
59	5	5	5	5	5	5	**30**
60	5	4	5	4	4	4	**26**
61	4	4	2	3	4	5	**22**
62	3	4	1	5	5	1	**19**

63	3	4	4	4	3	4	**22**
64	4	5	5	4	4	5	**27**
65	4	4	4	4	4	5	**25**
66	4	5	4	5	4	4	**26**
67	3	3	3	3	3	3	**18**
68	4	5	4	5	4	5	**27**
69	5	5	4	4	5	5	**28**
70	4	4	4	4	4	4	**24**
Nomor Responden	**PERNYATAAN**						**Total**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**	**P5**	**P6**	
71	3	3	3	3	3	3	**18**
72	5	5	4	4	3	5	**26**
73	3	3	3	3	3	3	**18**
74	4	4	4	4	4	4	**24**
75	5	5	5	5	5	5	**30**
76	5	5	5	5	5	5	**30**
77	4	5	4	5	4	5	**27**
78	4	3	3	4	4	4	**22**
79	4	4	5	5	5	5	**28**
80	4	4	4	4	4	4	**24**
81	5	5	5	5	5	4	**29**
82	4	4	4	4	4	4	**24**
83	4	4	4	4	4	4	**24**
84	4	5	5	5	4	4	**27**
85	5	5	4	5	5	4	**28**
86	5	5	5	5	5	5	**30**
87	4	5	4	5	4	4	**26**
88	5	5	3	4	4	4	**25**
89	5	5	5	5	5	5	**30**
90	4	3	3	3	4	2	**19**
91	4	4	5	5	4	5	**27**

92	4	4	4	4	4	4	**24**
93	3	3	3	3	3	3	**18**
94	4	4	4	4	4	4	**24**
95	4	4	4	4	3	3	**22**
96	4	5	4	5	4	5	**27**
97	5	4	3	5	4	3	**24**
98	4	5	4	5	4	5	**27**
99	4	4	4	4	4	3	**23**
100	4	3	3	4	4	4	**22**

Lampiran 4 Rangkuman Tanggapan Responden Variabel Fitur Produk

Indikator Fitur Produk			**Distribusi Frekuensi**					**Total**	**Mean**	**Ket**
			SP	**P**	**CP**	**TP**	**STP**			
			5	**4**	**3**	**2**	**1**			
Menginformasikan Pelanggan Tentang Kepastian Waktu Penyampaian Jasa	1	Frek	34	45	17	2	2	100	4,07	Tinggi
		Skor	170	180	51	4	2	407		
	2	Frek	38	42	16	3	1	100	4,13	Tinggi
		Skor	190	168	48	6	1	413		
Memberikan Layanan Yang Segera atau Cepat Bagi Pelanggan.	1	Frek	46	36	14	2	2	100	4,22	Sangat Tinggi
		Skor	230	144	42	4	2	422		
	2	Frek	38	43	17	2	0	100	4,17	Tinggi
		Skor	190	172	51	4	0	417		
Kesediaan Untuk Membantu Pelanggan	1	Frek	41	35	19	4	1	100	4,11	Tinggi
		Skor	205	140	57	8	1	411		
	2	Frek	46	36	13	4	1	100	4,22	Sangat Tinggi
		Skor	230	144	39	8	1	422		
Kesiapan Untuk Merespon Permintaan Pelanggan	1	Frek	48	34	13	5	0	100	4,25	Sangat Tinggi
		Skor	240	136	39	10	0	425		
	2	Frek	44	34	21	1	0	100	4,21	Sangat Tinggi
		Skor	220	136	63	2	0	421		
Total			335	305	130	23	7	800	4,17	Tinggi
			1675	1220	390	46	7	3338		

Lampiran 5 Rangkuman Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian

Indikator Kepuasan Pelanggan			Distribusi Frekuensi					Total	Mean	Ket
			SP	P	CP	TP	STP			
			5	4	3	2	1			
Kesesuaian Harapan	1	Frek	37	45	16	1	1	100	4,16	Tinggi
		Skor	185	180	48	2	1	416		
	2	Frek	51	36	12	1	0	100	4,37	Sangat Tinggi
		Skor	255	144	36	2	0	437		
Minat	1	Frek	43	36	17	3	1	100	4,17	Tinggi
Indikator Keputusan Pembelian			**Distribusi Frekuensi**					**Total**	**Mean**	**Ket**
			SP	**P**	**CP**	**TP**	**STP**			
			5	**4**	**3**	**2**	**1**			
Berkunjung Kembali		Skor	215	144	51	6	1	417		
	2	Frek	47	40	11	2	0	100	4,32	Sangat Tinggi
		Skor	235	160	33	4	0	432		
Kesediaan Merekomendasi	1	Frek	37	47	15	1	0	100	4,20	Sangat Tinggi
		Skor	185	188	45	2	0	420		
	2	Frek	47	35	14	3	1	100	4,24	Sangat Tinggi
		Skor	235	140	42	6	1	424		
Total		Frek	262	239	85	11	3	600	4,24	Sangat Tinggi
		Skor	1310	956	255	22	3	2546		

Lampiran 6 Rekapitulasi Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	Laki-laki	58	58%
2.	Perempuan	42	42%
	Jumlah	**100**	**100%**

Lampiran 7 Rekapitulasi Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
1	<20 Tahun	11	11%
2	20-30 Tahun	75	75%
3	30-40 Tahun	13	13%
4	>40 Tahun	1	1%
Jumlah		**100**	**100%**

Lampiran 8 Rekapitulasi Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase
1	Karyawan Swasta	38	38%
2	Mahasiswa	8	8%
3	Wirausaha	19	19%
4	Petani	7	7%
5	Nelayan	-	-
6	Lainnya	28	28%
Jumlah		**100**	**100%**

Lampiran 9 Hasil Ouput Uji Validitas SPSS

Uji Validitas Variabel Fitur Produk (X)

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.482**	.323**	.292**	.415**	.340**	.360**	.335**	.636**
	Sig. (2tailed)		.000	.001	.003	.000	.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.482**	1	.209*	.464**	.199*	.396**	.402**	.353**	.620**
	Sig. (2tailed)	.000		.037	.000	.048	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.323**	.209*	1	.347**	.601**	.526**	.379**	.433**	.689**
	Sig. (2tailed)	.001	.037		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.292**	.464**	.347**	1	.453**	.497**	.489**	.537**	.715**
	Sig. (2tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.415**	.199*	.601**	.453**	1	.486**	.610**	.458**	.760**
	Sig. (2tailed)	.000	.048	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.340**	.396**	.526**	.497**	.486**	1	.357**	.593**	.749**
	Sig. (2tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.360**	.402**	.379**	.489**	.610**	.357**	1	.399**	.713**
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.335**	.353**	.433**	.537**	.458**	.593**	.399**	1	.725**
	Sig. (2tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
T	Pearson	.636	.620**	.689**	.715**	.760**	.749**	.713	.725**	1

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
OTAL	Correlation	**						**		
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.534**	.459**	.502**	.554**	.448**	.752**
	Sig. (2tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.534**	1	.491**	.645**	.562**	.551**	.807**
	Sig. (2tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.459**	.491**	1	.539**	.433**	.621**	.781**
	Sig. (2tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.502**	.645**	.539**	1	.605**	.434**	.793**
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.554**	.562**	.433**	.605**	1	.368**	.744**
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.448**	.551**	.621**	.434**	.368**	1	.756**
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.752**	.807**	.781**	.793**	.744**	.756**	1

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 10 Hasil Ouput Uji Reliabilitas SPSS

Uji Reliabilitas Variabel Fitur Produk (X)

Item-Total Statistics

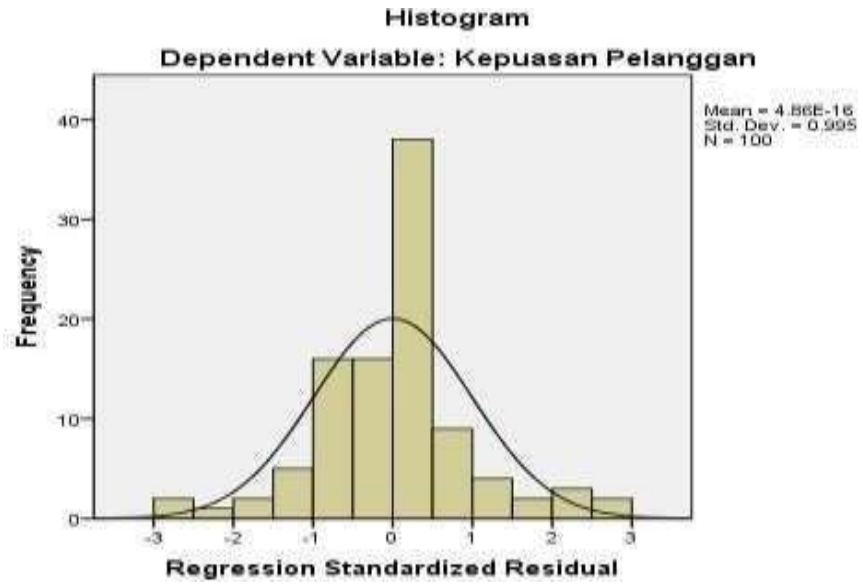
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.3100	18.863	.508	.844
P2	29.2500	19.078	.491	.845
P3	29.1600	18.277	.570	.836
P4	29.2100	18.713	.622	.831
P5	29.2700	17.573	.660	.825
P6	29.1600	17.813	.649	.826
P7	29.1300	18.256	.606	.832

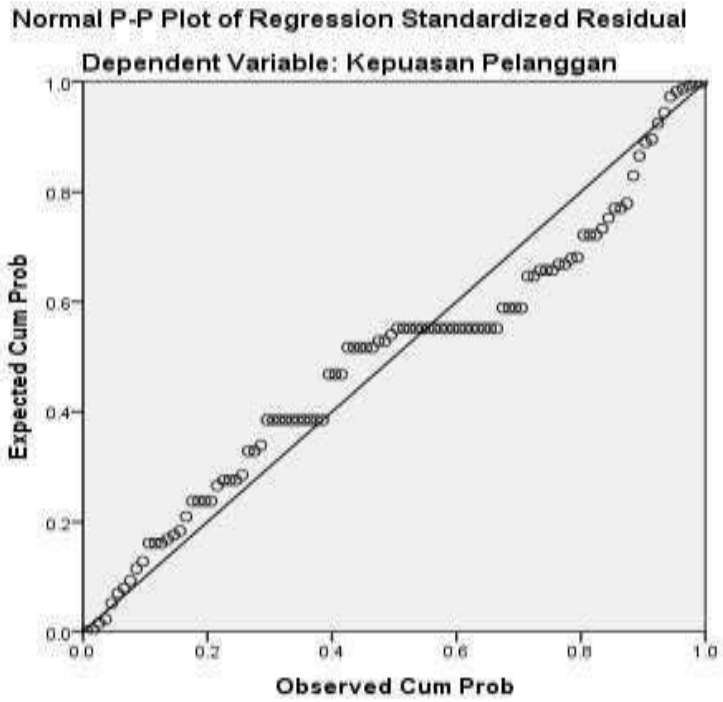
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	21.3000	9.788	.630	.843
P2	21.0900	9.759	.717	.829
P3	21.2900	9.258	.654	.840
P4	21.1400	9.758	.696	.832
P5	21.2600	10.134	.634	.843
P6	21.2200	9.466	.620	.846

Lampiran 11 Hasil Ouput Uji Normalitas SPSS





Lampiran

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.92916374
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		1.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

12 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Spearman Rho)

			Fitur Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Responsiveness	Correlation Coefficient	1.000	.005
		Sig. (2-tailed)	.	.959
		N	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.005	1.000
		Sig. (2-tailed)	.959	.
		N	100	100

Correlations

Lampiran 13 Hasil Uji Liniearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Fitur Produk	Between Groups	(Combined)	991.203	17	58.306	27.273	.000
		Linearity	957.005	1	957.005	447.637	.000
		Deviation from Linearity	34.199	16	2.137	1.000	.466
	Within Groups		175.308	82	2.138		
	Total		1166.511	99			

Lampiran 14 Hasil Uji Korelasi

Correlations

		FiturProduk	Keputusan Pembelian
Fitur Produk	Pearson Correlation	1	.852**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuatusan Pembelian	Pearson Correlation	.852**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852[a]	.726	.723	1.939

a. Predictors: (Constant), Fitur Poduk

Lampiran

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.840	1.355		2.833	.006
	Fitur Produk	.648	.040	.852	16.115	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 16 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.840	1.355		2.833	.006
	Fitur Produk	.648	.040	.852	16.115	.000

Coefficients[a]

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 17 Lembar Konsultasi

CURICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama	: Ali Folmes Marbun
Jenis Kelamin	: Laki- Laki
Tempat Tanggal Lahir	: Tumba jae , 24
Mei 2002 Agama	: Katolik
Kewarganegaraan	: Indonesia Status :
Mahasiswa Tinggi/Berat Badan	: 157/62 Kg
Alamat	: Tumba Jae 2, Desa Tumba , RT.001, RW.002, Kec. Manduamas, Kab. Tapanuli Tengah
No. Hp	: 082213789061
Email	: ali24marbun@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD	: SDN 02 Tumba Jae
SMP	: SMP Swasta Budi Mulia
SMA	: SMA Swasta Budi
Mulia Perguruan Tinggi	: Politeknik Negeri
Bengkalis	

C. Pengalaman Organisasi

1. Unit Kegiatan Mahasiswa Kristen Agape
2. Unit Kegiatan Mahasiswa e com (Bahasa inggis) 2022
3. Himania (Himpunan Mahasiswa Administrasi Niaga) Politeknik Negeri Bengkalis 2021
4. Gerakan Mahasiswa Orang Muda Katolik (OMK) St. Stephanus Bengkalis