

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN HARGA ANTARA SMARTPHONE XIAOMI REDMI 5A DENGAN  
SAMSUNG J2 PRO (MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PRODI  
MANAJEMEN ANGGKATAN 2014-2016)**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND  
PRICE BETWEEN XIAOMI REDMI 5A SMARTPHONE WITH SAMSUNG J2  
PRO (STUDENT FACULTY OF ECONOMIC FACULTY FOR HEALTH  
MANAGEMENT 2014-2016)*

Wan Dela Oktaver<sup>a1</sup>, Myrna Sofia<sup>2</sup>, Nurhasannah<sup>3</sup>

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji,  
Tanjungpinang, Kepulauan Riau  
Email: wandelaoktavera6@gmail.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga, Antara *Smartphone* Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner. Jumlah populasi sebanyak seratus enam puluh mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen angkatan 2014-2016 sedangkan jumlah sampel seratus mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen angkatan 2014-2016 di ambil dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Uji validitas instrumen menggunakan rumus *Correclation Bivariate*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Alat ukur terbukti valid dan reliabel untuk instrumen penelitian.

Analisis yang digunakan adalah *paired sample t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara citra merek Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro, ada perbedaan yang signifikan antara harga Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro dan terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara kualitas produk Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi pada bidang alat komunikasi yang terjadi pada saat ini dapat dikatakan mengalami kemajuan yang sangat pesat. Seiring dengan dunia digital sekarang, alat komunikasi telah menjadi suatu kebutuhan dasar bagi setiap masyarakat. Kini kehadiran *smartphone* sudah tidak asing dimasyarakat, bahkan penggunaanya sudah beredar luas dimanapun. Keberadaannya sudah tidak dianggap barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk menunjang kebutuhan sehari-hari.

**Tabel 1**

**Penjualan Smartphone Tahun 2017-2018 di Indonesia**

<b>Indonesia Smartphone Market – Top 5 Vendor</b>					
<b>Rank</b>	<b>Vendor</b>	<b>Q1 2017</b>	<b>Q2 2018</b>	<b>Growth</b>	<b>Share</b>
1	Samsung	2.0 million	2.3 million	17.2%	25.5%
2	Mi Xiaomi	0,107 million	1.7 million	1455%	18.3%
3	Oppo	1.5 million	1.5 million	5.2%	16.8%
4	Vivo	0,510 million	0,600 millon	16.7%	6.5%
5	Smartfren	0,780 million	0,520 million	-34.0%	5.6%

*Sumber : Canaly's estimates, Smartphone Analysis, May 2018*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan Samsung dan Xiaomi berhasil menguasai pangsa pasar *smartphone* dengan produknya yang berkualitas dan imagenya dimata masyarakat. Keberhasilan Samsung ini terbukti dengan kemampuannya dalam meraih peningkatan besar karena mampu mengkombinasikan antara desain perangkat keras yang elegan, layanan Android yang populer, serta penanaman brand yang mudah diingat konsumen. Xiaomi merupakan *smartphone* baru dikeluarkan namun xiaomi sudah mampu bersaing sdengan *smartphone* lainnya. Keberhasilan Xiaomi dibuktikan dengan meningkatnya penjualan karena banyaknya peminat dari konsumen, harga yang ditawarkan Xiaomi juga terjangkau dengan spesifikasi yang tidak kalah bagus dari *smartphone* lainnya.

**Tabel 2**

**Spesifikasi Xiaomi Redmi 5A harga Rp. 1.399.000**

<b>Kriteria</b>	<b>Spesifikasi</b>
Ukuran Layar	5 Inch
Kecepatan Cpu	Quad-Core 1.4 Ghz Cortex-A53
Gpu	Adreno 308
Ram	2 Gb
Memori Internal	16 Gb
Resolusi Kamera	8 Mp
Resolusi Kamera Depan 1	5 Mp
Kapasitas Baterai	2600 Mah

**Tabel 1.3**  
**Spesifikasi Samsung J2 Pro dengan harga Rp.1.455.000**

Kriteria	Spesifikasi
Ukuran Layar	5 Inch
Kecepatan Cpu	Quad-Core 1.4 Ghz Cortex-A53
Gpu	Adreno 308
Ram	2 Gb
Memori Internal	16 Gb
Resolusi Kamera	8 Mp
Resolusi Kamera Depan 1	5 Mp
Kapasitas Baterai	2600 Mah

Dari segi spesifikasi, masing-masing dari dua merek ini mempunyai karakter yang sama. Samsung mengesampingkan spesifikasi tinggi namun mengklaim akan memberikan *user experince* atau pengalaman penggunaan yang baik dengan berbagai produk yang ditawarkan. Sedangkan Xiaomi, lebih sering memberikan spesifikasi yang cukup tinggi dengan harga yang bisa dibilang terjangkau. Berdasarkan uraian diatas, dimana pasar selalu dinamis dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Antara Smartphone Xaioimi Redmi 5A dan Samsung J2 Pro**”.

**Perumusan Masalah**

1. Apakah terdapat perbedaan kualitas produk antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro?
2. Apakah terdapat perbedaan citra merek antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro?
3. Apakah terdapat perbedaan harga antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro?

**Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui perbedaan kualitas produk antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.
2. Untuk mengetahui perbedaan citra merek antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.
3. Untuk mengetahui perbedaan harga antara *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kualitas produk**

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:11) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, dan reparasi produk, juga produk lainnya. Bila suatu produk telah menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Menurut Kotler (2016:203) Kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain :

1. Bentuk
2. Kinerja (*performance*)
3. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to Specification*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*)
7. Desain

### **Citra Merek**

Menurut Tjiptono (2015:49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.

Adapun indikator citra merek menurut Kotler (2013:97) yaitu sebagai berikut:

1. Identitas merek
2. Personalitas merek
3. Asosiasi merek
4. Sikap dan perilaku merek
5. Manfaat dan keunggulan merek

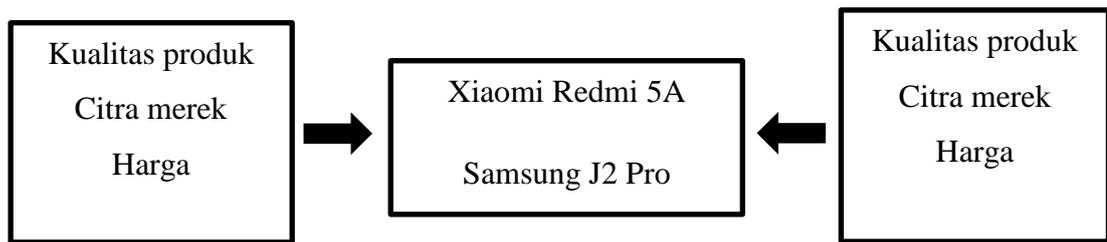
### **Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:78) indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

## **KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada penelitian ini kerangka pemikiran menggambarkan hubungan perbandingan kualitas produk, citra merek dan harga antara *smartphone* xiaomi Redmi 5A dengan samsung J2 Pro.



**Tabel 3**  
**Kerangka pemikiran**

### **Pengembangan Hipotesis**

- H1 : Diduga kualitas produk dari *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro terdapat perbedaan yang signifikan.
- H2 : Diduga citra merek dari *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro terdapat perbedaan yang signifikan.
- H3 : Diduga harga dari *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro terdapat perbedaan yang signifikan.

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Tarto (2017), Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Persepsi Konsumen Pada Penggunaan Ponsel Oppo dan Xiaomi (Studi Pda Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang), Hasil dari penelitian dinyatakan bahwa variabel kualitas produk, strategi promosi dan persepsi harga terdapat perbedaan yang signifikan antara ponsel Oppo dan Xiaomi.

Natalia Bahiu (2015), Analisis Perbandingan kinerja Produk pada Produk Handphone Blackberry dan Samsung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara handphone Blackberry dan Samsung.

Veronica Manese (2016), Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Produk, dan Persepsi Konsumen pada Pelanggan Kartu Seluler Indosat dan Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado), Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kartu seluler indosat dan telkomsel.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Analisis perbandingan kualitas produk, citra merek dan harga antara *smartphone* xiaomi dengan samsung. Penelitian melakukan penyebaran kuesioner pada mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen angkatan 2014-16 yang menggunakan *smartphone* Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian komperatif yaitu suatu penelitian yang bersifat membandingkan kinerja dari suatu produk dengan produk yang lain yaitu *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 pro.

### **Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen angkatan 2014-2016 dengan 160 populas. Maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster sampling*, sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi yang menggunakan *smartphone* Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro, sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

### **Data Primer Dan Sekunder**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara atau penyebaran kuesioner kepada responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu data yang diperoleh penulis dari dokumen–dokumen perusahaan dan buku-buku penunjang materi penlitian, jurnal, majalah, literatur-literatur yang dapat diperpustakaan.

### **Metode Analisis**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji paired sampelt-test (pengujian satu sampel yang terpasang).

### **Uji Validitas**

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah :

1. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen atau intem-intem pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau intem-intem pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach Alpha (), dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel), bila memiliki cronbach alpha  $\geq 0,6$

### **Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untukuntuk menguji apakah dalam model regrasi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal.

- a. Jika (Asymp. Sig)  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal
- b. Jika (Asymp. Sig)  $> 0,05$  maka distribusi data normal.

### Uji Paired Sample T-Test

Paired sample t-test digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel yang berpasangan. Sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan yang berbeda.

- Jika probabilitas (Asymp.Sig) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika probabilitas (Asymp.Sig) > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r tabel	Xiaomi		Samsung	
			Nilai r hitung	Kriteria	Nilai r hitung	Kriteria
Kualitas Produk	X1.1	0,278	0,649	Valid	0,907	Valid
	X1.2	0,278	0,747	Valid	0,927	Valid
	X1.3	0,278	0,656	Valid	0,869	Valid
	X1.4	0,278	0,685	Valid	0,888	Valid
	X1.5	0,278	0,735	Valid	0,946	Valid
	X1.6	0,278	0,707	Valid	0,918	Valid
	X1.7	0,278	0,623	Valid	0,897	Valid
Citra Merek	X2.1	0,278	0,622	Valid	0,668	Valid
	X2.2	0,278	0,649	Valid	0,696	Valid
	X2.3	0,278	0,702	Valid	0,793	Valid
	X2.4	0,278	0,540	Valid	0,600	Valid
	X2.5	0,278	0,686	Valid	0,751	Valid
Harga	X3.1	0,278	0,748	Valid	0,744	Valid
	X3.2	0,278	0,878	Valid	0,675	Valid
	X3.3	0,278	0,901	Valid	0,818	Valid
	X3.4	0,278	0,879	Valid	0,724	Valid
	X3.5	0,278	0,772	Valid	0,633	Valid

Sumber: Data diolah, 2019

Data diatas menunjukkan bahwa indikator kualitas produk memperoleh nilai r hitung semua diatas r tabel ( $df = n-2$ );  $df = 50-2 = 48$ , maka dapat disimpulkan semua indikator memenuhi kriteria valid. Begitu juga dengan nilai r untuk indikator citra merek, dan harga memperoleh nilai r hitung semuanya diatas r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka dapat disimpulkan semua indikator valid

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini diukur menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yaitu jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka indikator yang terdapat pada suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas setiap variabel yang telah diolah melalui SPSS.

### Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	Cut off	Xiaomi		Samsung	
		Nilai Cronbach's Alpa	Kesimpulan	Nilai Cronbach's Alpa	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,60	0,807	Reliabel	0,964	Reliabel
Citra Merek	0,60	0,642	Reliabel	0,744	Reliabel
Harga	0,60	0,889	Reliabel	0,765	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2019

Dari tabel 4.5.2 diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk Xiaomi memperoleh Cronbach's Alpha sebesar 0,807 dan kualitas produk Samsung sebesar 0,964; variabel citra merek Xiaomi sebesar 0,642 dan citra merek Samsung sebesar 0,744; variabel harga Xiaomi sebesar 0,889 dan harga Samsung sebesar 0,765; Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, bahwa pernyataan pada kuesioner ini bersifat reliabel atau handal karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

#### Hasil Uji Normalitas dengan uji Kolomogorov-Smirnov Test

	Xiaomi			Samsung		
	Kualitas Produk	Citra Merek	Harga	Kualitas Produk	Citra Merek	Harga
Test Statistic	0,309	0,272	0,227	0,343	0,304	0,238
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,171	0,141	0,101	0,204	0,157	0,118

Sumber: Data diolah, 2019

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil test statistic lebih besar dari 0,05 dan Asymp. Sig. (2tailed) kurang dari 0,05. Dengan demikian, data pada penelitian ini berdistribusi normal.

### Hasil Uji Paired Sampel T-Test

Paired sample t-test digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel yang berpasangan. Paired sampel t-test digunakan apabila berdistribusi normal.

#### Hasil Uji Beda Kualitas Produk

##### Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Sid. Error Mean
Pair 1	Kualitas Produk Xiaomi	26,02	50	3,140	,444
	Kualitas Produk Samsung	27,30	50	6,578	,930

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kualitas produk Xiaomi sebesar 26,02 dengan standar deviasi sebesar 3,140 dan nilai rata-rata kualitas produk Samsung sebesar 27,30 dengan standar deviasi sebesar 6,578

### Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Error Mean	Std. Error Mean	95% Confidence Interval Of The Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Kualitas Produk Xiaomi- Kualitas Produk Samsung	1,280	8,591	1,215	-3,721	1,161	1,054	49	,297

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,297 artinya terdapat perbedaan yang tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Xiaomi dan Samsung memiliki kualitas produk yang tidak jauh berbeda.

### Hasil Uji Beda Citra Merek Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Sid. Error Mean
Pair 1	Citra Merek Xiaomi	20,30	50	2,393	0,338
	Citra merek Samsung	20,50	50	2,581	0,365

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata citra merek Xiaomi sebesar 20,30 dengan standar deviasi sebesar 2,393 dan nilai rata-rata citra merek Samsung sebesar 20,50 dengan standar deviasi sebesar 2,581.

### Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Error Mean	Std. Error Mean	95% Confidence Interval Of The Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Citra Merek Xiaomi- Citra Merek Samsung	0,200	1,212	,171	-,544	,144	1,167	49	0,012

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,012 artinya terdapat perbedaan yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Xiaomi dan Samsung memiliki citra merek yang jauh berbeda.

### Hasil Uji Beda Harga Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Sid. Error Mean
Pair 1	Harga Xiaomi	20,30	50	2,985	0,422
	Harga Samsung	20,36	50	2,447	0,346

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata harga Xiaomi sebesar 20,30 dengan standar deviasi sebesar 2,985 dan nilai rata-rata harga Samsung sebesar 20,36 dengan standar deviasi sebesar 2,447.

### Paired Samples Test

		Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Error Mean	Std. Error Mean	95% Confidence Interval Of The Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Harga Xiaomi- Harga Samsung	0,060	4,191	0,593	-1,251	1,131	0,101	49	0,016

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,016 artinya terdapat perbedaan yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Xiaomi dan Samsung memiliki harga yang sangat berbeda.

### **PEMBAHASAN HIPOTESIS**

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis perbandingan kualitas produk, citra merek dan harga pada mahasiswa fakultas ekonomi, maka ada beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam pembahasan hipotesis sebagai berikut :

#### **Perbandingan kualitas produk antara *smartphone* Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro**

Dari hasil penelitian uji beda yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara kualitas produk dari Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro dimana hasil yang didapat sebesar 0,297 yang artinya nilai signifikan lebih dari 0,05 (5%) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro memiliki kualitas yang tidak berbeda meskipun samsung memiliki rata-rata tertinggi tetapi keduanya tetap memiliki kualitas yang setara, kualitas dalam arti bahwa keduanya memiliki desain yang bagus, memiliki fitur yang lengkap, kemampuan kamera yang baik, dan sponsor yang handal.

#### **Perbandingan citra merek antara *smartphone* Xiaomi Redmi 5A dengan Samsung J2 Pro**

Dari hasil uji beda yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada citra merek dari Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro, dimana hasil signifikansi yang didapat sebesar 0,012 yang signifikan kecil dari 0,05 jadi citra merek yang dimiliki Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro jauh berbeda.

#### **Perbandingan harga antara *smartphone* Xiaomi Redmi A5 dengan Samsung J2 Pro**

Dari hasil penelitian uji beda yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga dari Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro dimana hasil yang didapat sebesar 0,016 yang artinya nilai signifikan kecil dari 0,05 (5%) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro memiliki harga yang berbeda.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara kualitas produk *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.

2. Terdapat perbedaan yang signifikan antara citra merek *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro
3. Terdapat perbedaan yang signifikan antara harga *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro.

### **Saran**

1. Untuk variabel kualitas produk, *smartphone* Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro lebih meningkatkan lagi agar kualitas produk yang dirasakan konsumen sesuai dengan harganya. Ini merupakan salah satu strategi untuk menarik konsumen untuk membeli karena konsumen akan merasa puas dan tidak merasa dirugikan jika kualitas produk sesuai dengan harga.
2. Untuk variabel citra merek, perusahaan harus selalu meningkatkan dan berinovasi pada produk Xiaomi redmi 5A dan Samsung J2 Pro agar lebih menarik dan banyak mendapatkan konsumen.
3. Untuk variabel harga, perusahaan harus tetap menjaga kestabilan harga produk *smartphone* Xiaomi redmi 5A dengan Samsung J2 Pro agar tetap terjangkau.
4. Untuk Universitas Maritim Raja Ali Haji, semoga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin mengambil variabel penelitian yang sama dan mendapatkan lulusan yang baik, cerdas, kreatif dan memiliki daya saing tinggi.
5. Untuk konsumen responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen angkatan 2014-2016 Universitas Maritim Raja Ali Haji, harus lebih memperhatikan kualitas produk terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk agar biasa merasakan manfaat yang baik dari produk tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2013, *Manajemen Pemasaran*. Cet. II Jakarta: PT RajaGrafindo Persebda.
- Amelia Suri. 2017, *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6, No.1. Universitas Samudra.
- Amron. 2018, *The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars*. *Journal Economic*, Vol.14, No. 13.
- Bahiu Natalia. 2015, *Analisis Perbandingan Kinerja Produk Pada Produk Handphone Blackberry dan Samsung*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Daryanto. 2013, *Manajemen Pemasaran*: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera : Bandung.
- Ghozali, Imam 2016 *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2013, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas*. Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016, *Manajemen Pemasaran, Indeks*, Edisi Tigabelas Jilid 1, Jakarta : Erlangga.

- Manese, Veronica. 2016, *Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi dan persepsi konsumen pada pelanggan Kartu Seluler Indosat dan Telkomsel (studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)*, Jurnal Ekonomi Vol.16 No 03. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Prasetyo. 2017, *An Influence Analysis Of Product Quality, Brand Image, and Price On The Decision To Buy Toshiba Laptop. Journal Economic. Vol.1, No.2.*
- Ratnaningrum Hesti. 2016, *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta.* Universitas Sanata Dharma.
- Sudaryono. 2016, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi.* Yogyakarta : Andi.
- Sangadji dan Sopiah. 2013, *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta : Andi
- Sugiyono. 2015, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016, *metode Penelitian, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- Tarto. 2017, *Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Persepsi Konsumen Pada Pengguna Ponsel Oppo dan Xiaomi (studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang).* Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 6 No. 1 Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Brand Management & Strategy.* Yogyakarta : Andi.