**PERBANDINGAN PEMBELIAN ANTARA PRODUK HP SAMSUNG DENGAN HP VIVO (STUDY KASUS PADA*COUNTER* RAY**

**PONSEL PADANGSIDIMPUAN)**

**Oleh:**

**Nurdalila**

*Dosen Fakultas Ekonomi UGN Padangsidimpuan*

[nurdelila26@gmail.com](mailto:nurdelila26@gmail.com)

***Abstrak***

***Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Perbandingan Pembelian Antara Produk HP Samsung Dengan HP Vivo Pada Counter Ray Ponsel Padangsidimpuan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan rumus-rumus statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah 300 orang sedangkan sampel penelitian ini adalah 15%dari jumlah populasi yaitu sebanyak 50 orang. Teknik data yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis regresi berganda. Dimana t hitung > t tabel yaitu 4,657 >1,660 dan Variabel Produk HP Vivo diperoleh t hitung> ttabel yaitu 0,990.***

***Besarnya persentase semua variabel independen dapat menjelaskan nilai variabel independen tersebut, sehingga dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi (R2). Pada hail perhitungan di peroleh nilai koefisien determinasi (KD) adalah 0,533 atau sama dengan 53,3 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk di bahas dalam penelitian ini.Dari hasil perhitungan uji t berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Produk HP Samsung secara uji t (uji persial) berpengaruh signifikan terhadap Produk HP Vivo Padacounter Ray Ponsel padangsidimpuan.***

***Kata Kunci : Perbandingan PembelianAntara Produk HP Samsung Dengan HP Vivo***

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Pembelian merupakan bagian terpenting bagi suatu perusahaan untuk melakukan pengadaan barang. Karena banyak sekali yang harus diperhatikan dalam proses sebuah barang yang akan dijual lagi kepada konsumen nantinya. Mulai dari membeli di pemasok mana, kualitas dan kuantitas suatu barang yang dibeli, kapan harus dilakukan proses pembelian. Sehingga akan terjadi keseimbangan antara persediaan dan tingkat pengeluaran barang, agar tidak terjadi kekosongan persediaan barang. Pembelian tersebut timbul akibat adanya permintaan barang yang akan diproduksi untuk menghasilkan suatu *output* untuk mendapatkan laba.

Pada dasarnya peran fungsi pembelian adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan pada waktu, harga dan kualitas yang tepat.Dan untuk mencapai tahap pembelian tentunya ada serangkaian proses-proses yang terjadi dibelakang sebelum sammpai pada proses pembelian seperti kebutuhan-kebutuhan dasar produksi yang sebelumnya sudah diperkirakan oleh departemen produksi.

Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan.Dalam ritel, produk disebut barang. Dalam manufaktur, produk yang dibeli sebagai bahan baku dan dijual sebagai barang jadi. Komoditas biasanya bahan baku seperti logam dan produk pertanian, tetapi istilah juga dapat merujuk kepada sesuatu yang banyak tersedia di pasar terbuka. Dalam manajemen proyek, produk adalah definisi formal dari proyek tersebut mengantarkannya ables yang membentuk tujuan proyek.

Seiring dengan kemajuan teknologi, handphone tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, kebutuhan terhadap handphone telah menjadi keperluan penting bagi banyak orang. Penggunanya juga tidak terbatas oleh orang dewasa saja, tetapi juga anak-anak dan remaja. Salah satu sebab dari kenaikan jumlah permintaan untuk produk ini adalah perkembangan fasilitas produknya yang berlanjut terus menerus. Fasilitas yang dimilikihandphone semakin lama semakin canggih. Produk-produk baru terus bermunculan dengan fasilitas yang menarik, seperti kamera, kemampuan untuk transfer data dan untuk melakukan koneksi ke internet. Hal ini mendorong para pengguna handphon pemembeli produk handphone yang baru.

Akibat dari kenaikan permintaan, mendorong pula meningkatnya penawaran terhadap produk ini, hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah toko-toko yang menawarkan handphone dan munculnya pusat-pusat penjualan handphone yang baru.

* 1. **Indentifikasi Masalah**

Identifikasi masalah adalah salah satu proses penelitian yang di katakan paling penting di antara proses lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah dianalisis identifikasi masalahnya meliputi:

1. Bertambahnya jumlah tokoh-tokoh yang menawarkan handphone dan munculnya pusat-pusat penjualan handphone yang baru.
2. Kurangnya peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu dan kualitas barang ataupun jasa yang akan di jual.
   1. **Batasan masalah**

Agar peneliti yang dilakukan tepat dan tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai, maka pada penelitian masalah yang akan dibahas diatas yaitu Perbandingan Pembeli anantara Produk HP Samsung dengan HP Vivo.Pembatasan masalah ini ditujukan untuk memberikan arah yang lebih jelas pada kajian yang sedang diteliti konsumen mulai tahun 2015 s/d 2017.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan sebagai berikut :

“ Apakah ada Perbandingan Pembelianantara Produk HP Samsung dengan HP Vivo Pada *Counter* Ray Ponsel Padangsidimpuan?”

* 1. **Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui perbandingan pembeli anantara Produk HP Samsung dengan HP Vivo pada *Counter* Ray Ponsel Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perbandingan pembelian antara Produk HP Samsung dengan HP Vivo pada *Counter* Ray Ponsel Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui jenis-jenis produk HP Samsung dengan HP Vivo pada *Counter* Ray Ponsel Padangsidimpuan.
   1. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan (*Counter*) untuk memberi saran dan masukan yang mungkin dapat bermamfaat bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan kwalitas Produk dan meningkatkan pembelian.
2. Bagi peneliti atau calon peneliti yang berminat penelitian yang sejenis di masa yang akan datang sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan

dalam hal Perbandingan Pembelian antara Produk HP Samsung dengan HP Vivo.

1. Bagi penulis ini merupakan suatu kesempatan untuk menerapkan teori-teori penulis dapat dibangku perkulihan maupun dari luar dan memperdalam pengetahuan serta menambah wawasan di bidang manajemen pemasaran, khususnya menyangkut produk dan pembelian.
2. Bagi masyarakat untuk mengetahui perbandingan kualitas produk-produk HP Samsung dan HP Vivo.
3. Bagi Universitas merupakaan salah satu syarat bagi mahasiswa untuk dapat memperoleh gelar keserjanaannya dan juga untuk menambah khasanah perpustakaan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Pengertian Pembelian**

Pembelian merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang kita lakukan setiap harinya. Pada umumnya pembelian dilakukan karena kita merasa membutuhkan barang atau jasa tersebutuntuk digunakan atau dikonsumsi.

Kita semua pasti tidak heran lagi atau tidak tahu bagaimana caranya membeli suatu barang.

Secara umum, pengertian pembelian adalah pengadaan barang atau jasa untuk keperluan konsumsi.Pembelian merupakan kegiatan untuk menjamin kelancaran transaksi penjualan yang terjadi dalam suatu perusahaan.Dengan adanya pembelian, perusahaan dapat secara mudah menyediakan sumber daya yang diperlukan organisasi secara efisien dan efektif. Adapun pengertian menurut para ahli sebagai berikut :

Menurut Soemarso (2007:08) dalam buku akuntansi *suatu pengantar pembelian* adalah akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dagang dalam satu periode.Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan usahanya dimulai dari pemilihan sumber sampai memperoleh barang.

**2.2 Kerangka Pemikiran**

Menurut Sugiyono (2014:93) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubung dengan berbagai faktor yang telah di identifikasi sebagai masalah penting.

Produka dalah yang ditawarkan kepada pasar untuk dimiliki atau dikomsumsi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.*Counter*“ Ray Ponsel “ merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jual beli HP dimana mereka harus dapat memenuhi konsumen dengan berbagai produk yang mereka miliki misalanya produk HP Samsung dan HP Vivo. Sehubungan dengan itu kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai skema berikut ini :

Produk

HP Samsung

Variabel (Y1)

Pembelian

Variabel (X)

Produk

HP Vivo

Variabel (Y2)

**Gambar 2.2 Kerangka pemikiran**

Gambar di atas menunjukkan paradigm ganda dengan satu variable lindependen dan dua variable dependen.Variabel independen yaitu X, sedangkan variable dependen adalah Y1dan Y2.

* 1. **Defenisi Konsep Operasional**

Secara umum, pengertian Operasional adalah konsep yang bersifat abstrak untuk memudahkan pengukuran suatu variabel. Atau operasional dapat diartikan sebagai pedoman dalam melakukan suatu kegitan maupun pekerjaan penelitian.

Variabel dalam penelitian ini ada 3 variabel, 3 varibal tersebut mencakup Pembelian ( X ) dan Produk HP Samsung (Y1) dan Produk HP Vivo (Y2) . Secara operasionalnya terdiri dari dalam data interval dengan menggunakan tabel sebagai berikut :

**Tabel 2.3**

**Defenisi konsep operasional**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Varibael** | **Defenisi** | **Indikator** | **Skala** |
| Pembelian  (X) | Pebelian adalah pengadaan barang jasa untuk keperluan konsumsi. | 1. Barang 2. Jasa 3. Produsen 4. Konsumen 5. Pasar | Likert |
| Produk  HP Samsung  (Y1) | Segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan dan memenuhi keingian dan kebutuhan. | 1. Pasar   * 1. 2. dibeli   2. 3. Keinginan   3. 4. Kebutuhan   4. 5. Kwalitas | Likert |
| Produk  HP Vivo  (Y2) | Segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan dan memenuhi keingian dan kebutuhan. | * 1. 1. Pasar   2. 2. dibeli   5. 3.Keinginan   * 1. 4. Kebutuhan   2. 5. Kwalitas | Likert |

**2.4 Hipotesis**

Sugiyono (2013:96) menyatakan bahwa Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian telah di nyatakan dalam bentuk kalmiat pertanyaan.Maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengujiannya. Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran di atas maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

“ Diduga perbandingan pembelian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Produk HP Samsung dengan HP Vivo pada *Counter* Ray Ponsel Padangsidimpuan’’

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. **MetodePenelitian**

Menuru tSugiyono (2013:5) mengemukakan pengertian metode penelitian yaitu: “Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis”. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukana oleh Sugiyono (2009:14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jadi penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kuantatif.

**3.2Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada*Counter*Ray Ponsel Jl.Thamrin P.Lumumba No. 26 APadangsidimpuan yang pelaksanaan ini dimulai dari bulan Juli 2018 sampai dengan selesai.

**3.3 Populasi Dan Sampel**

1. **Populasi**

Menurut Sugiyono (2009), “ Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen pada*Counter* Ray PonselPadangsidimpuan

1. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.Menurut Arikunto (2012:73) jika jumlah dari populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Dikarenakan populasi dalam peneltian ini berjumlah lebih dari 100 orang maka berdasarkan pedoman tersebut, jumlah total sampel menjadi 50 orang.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Karateristik Responden**

* + - * 1. **Usia**

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen Ray Ponsel Padangsidimpuan yang dianggap lebih banyak tahu mengenai pemakaian produk dari pada bukan konsumen. Data keseluruhan responden dapat dilihat pada tabel 4.1.4

**Tabel 4.2**

**Karateristik Responden penelitian berdasarkan usia (n=50)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Usia** | **Frekuensi** | **Presentase(%)** |
| 1 | 15-20 Tahun | 12 | 24 |
| 2 | 16-25 Tahun | 20 | 40 |
| 3 | 26-30 Tahun | 18 | 36 |
| **Total** | | **50** | **100** |

Sebagian besar responden berusia 16-25 tahun nilai persentase sebesar 40 %.

* + - * 1. **Jenis kelamin**

Pendidikan responden di ukur berdasarkan pendidikan terakhiryang ditempuh responden.Distribusi karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat secara rinci pada tabel 4.2 sebagai berikut :

**Tabel 4.3**

**Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin (u = 50)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pendidikan** | **Frekuensi** | **Presentase(%)** |
| 1 | Laki-laki | 20 | 40 |
| 2 | Perempuan | 30 | 60 |
| **Jumlah** | | **50** | **100** |

Berdasarkan tabel 4.3 sebagian besar respoden dengan jenis kelamin perempuan 30 responden (60%).

**4.2. Analisa Deskriptif**

Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 0rang.Usia responden yang paling banyak adalah 15-20 tahun, sebanyak 12 orang yaitu 24%, usia 16-25 tahun sebanyak 20 orang sebesar 40%, dan 26-30 tahunsebanyak 18 orang yaitu 36%.Dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang yaitu 40%, dan perempuan 30 orang yaitu 60%

.

**4.3 TeknikPengolahan Data**

**4.3.1. Uji validitas**

Uji validitas kuesioner dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian.Validitas berhubung dengan ketepatan alat ukur melakukan tugasnya mencapai sasarannya.Untuk uji validitas dan reabilitas awal, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 orang.Tahap survey kuesioner berisikan 5 pertanyaan yang terdiri dari variable bebas yaitu pembelian dan variable terika yaitu produk HP Samsung berisikan 5 pertanyaan dan HP vivo berisikan 5 pertanyaan.Uji validitas dilakukan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)20.0 for windows*yaitu sebuah program pada komputer yang digunakan untuk membuat analisis statistika, dengan kriteria sebagai berikut :

* + 1. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaannya valid
    2. Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Tabel 4.4 hasil uji validitas

Variabel pembelian

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Item | rhitung | rtabel | keterangan |
| Pembelian (X) | X1 | 0,565 | 0,230 | Valid |
| X2 | 0,557 | 0,230 | Valid |
| X3 | 0,467 | 0,230 | Valid |
| X4 | 0,477 | 0,230 | Valid |
| X5 | 0,871 | 0,230 | Valid |

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan data pada tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai rhitung yaitu 0,871 yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,230. Hal ini berarti indikator variabel pembelian yang digunakan dalam penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.5

Variabel produk HP samsung

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Varabel | Item | rtabel | rhitung | keterangan |
| Produk HP Samsung (Y1) | Y1 | 0,849 | 0,230 | Valid |
| Y2 | 0,825 | 0,230 | Valid |
| Y3 | 0,840 | 0,230 | Valid |
| Y4 | 0,831 | 0,230 | Valid |
| Y5 | 0,828 | 0,230 | Valid |

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan data pada tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai rhitung yaitu 0,849yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,230. Hal ini berarti indikator variabel Pembelian yang digunakan dalam penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.6

Variabel produk HP Vivo

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Item | rtabel | rhitung | Keterangan |
| Produk HP Vivo (Y2) | Y1 | 0,672 | 0,230 | Valid |
| Y2 | 0,692 | 0,230 | Valid |
| Y3 | 0,641 | 0,230 | Valid |
| Y4 | 0,606 | 0,230 | Valid |
| Y5 | 0,830 | 0,230 | Valid |

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai rhitung yaitu 0,830yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,230. Hal ini berarti indikator variabel penjualan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

**4.3.2. Uji reliabilitas**

Pengujian realibilitas dilakukan dengan cara mencari angketrealibilitas tiap-tiap butir pertanyaan untuk masing-masing variabel yaitu variabel pembelian (X) adalah 5 item, variabel produk HP samsung (Y1) adalah 5 item dan produk HP Vivo (Y2) adalah 5 item. Maka angka kriteria untuk mengukur reliabilitas instrument adalah lebih besar dari 0,60 untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara mencari angka reabilitas tiap-tiap butir pertanyaan dari kuisioner dengan rumus *Cronbach Alpha.*

Tabel 4.7

Hasil uji reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Cronbach alpha | α batas | keterangan |
| Pembelian (X) | 0,669 | 0,60 | Realibel |
| Produk HP Samsung (Y1) | 0,863 | 0,60 | Realibel |
| Produk HP Vivo (Y2) | 0,737 | 0,60 | Realibel |

Sumber : Data primer diolah 2018

* 1. **Hasil**

Didalam pelaksanaan penelitian, skripsi di sajikan dengan data yang mengacu pada konsep dan teori yang ada. Analisis tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek penelitian atau situasi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam pelaksanaan tindakan, hasil observasi, refleksi dari pedagang dan evaluasi.

Prosedur penelitian yang penulis lakukan dalam pembahasan skripsi ini adalah penulis menyebarkan angket yang telah dipersiapkan untuk dijawab oleh responden yang telah ditetapkan.Kemudian penulis mengumpulkan semua data-data baik yang bersifat dokumentasi dan angket untuk diolah. Dalam pengolahan data yang dilakukan, data yang bersifat dokumentasi seperti data dari karyawan counter ray ponsel padangsidimpuan akan diuraikan secara terperinci sesuai dengan permasalahannya, data yang bersifat angket akan ditabulasi ke dalam tabel dengan olah data tabulasi yaitu untuk melihat persentase jawaban responden terhadap angket.

**Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi**

**Reability Statistics**

|  |  |
| --- | --- |
| Cronbach’s  Alpha | N of Items |
| .669 | 5 |
| .863 | 5 |
| .737 | 5 |

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan instrument analisis regresi berganda untuk memprediksi bagaimana pengaruh variabel pembelian (X) terhadap produk (Y1,Y2) pada*counter* ray ponsel padangsidimpuan. Ringkasan hasil perhitungan regresi berganda dengan menggunakan SPSS 20 for windows.

* 1. **Pembahasan**

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian hipotesisnya adalah :

Ho : µ = 0 dan H0 : µ ≠ 0 (µ = simbol menunjukkan hubungan kuat).

Artinya hipotesis nol (H0) menunjukkan tidak terdapat hubungan (= 0) antara ke tiga variabel ( X dan Y1,Y2). Hipotesis alternatif (Ha) menunjukkan adanya pengaruh dari ketiga variabel tersebut ( dapat terjadi lebih besar dari 0 atau lebih kecil dari 0).

Pengujian signifikansi koefisien regresi yang dihitung melalui uji t dengan criteria sebagai berikut :

Jika thitung> ttabel pada a= 5% maka Ho ditolak Ha diterima

Jika thitung < ttabel pada a =5% maka Ho diterima Ha ditolak

Nilai thitung dapat dibandingkan dengan nilai ttabel yaitu dengan tingkat kesalahan 5%, maka diperoleh dalam t tabel senilai 1.660. Dari hasil perhitungan regresi pada tabel 4.8, t hitung untuk variabel produkHP Samsung senilai 4,657 dan produk HP Vivo senilai 0,990 dan ternyata lebih besar (t hitung > t tabel), sehingga Ho ditolak dan hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara produk HP Samsung dan HP Vivo.

Pengujian koefisien determinasi (r2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian konstribusi pengaruh dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y1,Y2) dapat dilihat dari koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu (0≤ r2≥ 1).

Jika r2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y1,Y2). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh cariabel bebas terhadap variabel terikat dan demikian sebaliknya. Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square*sebesar 0,533 berarti 53,3% oleh variabel penjualan produk HP Samsung dapat ditentukan oleh variabel penjualan HP Vivo sisanya 46,7% ditentukan faktor lain.

**Daftar Pustaka**

Arikunto, Suharsimi. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, S. 2009. Manajemen Pemasaran ,Dasar konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2003.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks Mulia Pustaka.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13). Jakarta : Erlangga. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. 2012. Marketing Management 13. New

Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.

Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Moenir, HAS. 2001. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara. Edisi V

Napitupulu, Paimin. 2007. Pelayanan Publik dan Customer Statisfiction. Bandung: PT. Alumni

Nazir, Mohammad. 2005. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.

Swastha, Basu D.H. Irawan. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.