

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA
AL-WASHLIYAH MEDAN)**

Nurainun¹⁾, Anggia Sari Lubis²⁾
Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah
JL.Garu II No 93
Email: nurainun@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X) pada Keunggulan Kompetitif (Y) pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi 2017 yang terdiri dari Jurusan Akuntansi dan Manajemen di Universitas Muslim Kepulauan Al Washliyah Medan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 83 responden. Penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, literatur, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dan metode analisis yang terdiri dari uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis terdiri dari uji t, dan uji koefisien determinasi R².

Kata kunci: Kualitas Produk, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality (X) on Competitive Advantage (Y) on Xiaomi *smartphone* users. The population in this study was the 2017 Faculty of Economics Faculty students consisting of Accounting and Management majors at the Muslim Archipelago University Al Washliyah Medan. This study uses quantitative research with a descriptive approach. The sample in this study amounted to 83 respondents. This study uses incidental sampling techniques. Data collection techniques consist of observation, literature, and questionnaires. The data analysis technique used is the instrument test, namely the validity test and reliability test and the analysis method consisting of the classic assumption test namely the normality test, a simple linear regression analysis test, the hypothesis test consisting of the t test, and the test determinant coefficient R².

Keywords: *Product Quality, Competitive Advantage*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi di era globalisasi membuat masyarakat dapat berkomunikasi dengan cepat dan tanpa batasan. Salah satu teknologi komunikasi yang sedang populer dan memiliki kemajuan yang sangat pesat adalah *smartphone*. *Smartphone* saat ini menjadi penunjang kebutuhan hidup masyarakat di Indonesia seperti

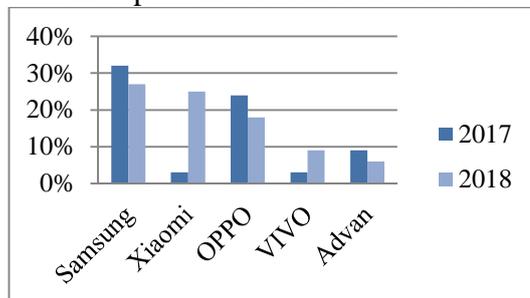
memenuhi kebutuhan bisnis, karena *smartphone* tersebut mempunyai fitur-fitur yang membantu seperti kamera, *E-mail*, Media sosial, dan internet.

Smartphone telah diperkenalkan sejak tahun 1992 dan banyak digemari di negara-negara maju sejak tahun 2000. Produk *smartphone* di Indonesia sendiri mulai populer pada tahun 2009

dengan banyaknya produk *smartphone* yang tersedia dengan berbagai sistem operasi basis produksi (*Platform*) seperti Android, Blackberry OS, Apple IOS, Symbian, Windows Phone, dan lain sebagainya. Beberapa merek *smartphone* yang bersaing dalam pasar *smartphone* di Indonesia antara lain: Samsung, Apple, Asus, Xiaomi, Lenovo dan lain-lain. Masing-masing merek terus melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk-produk unggulannya. Salah satu produk unggulan *smartphone* yang bersaing adalah Xiaomi.

Berdasarkan data yang dikeluarkan lembaga riset *International Data Corporation* (IDC), Berikut persaingan pangsa pasar *smartphone* di Indonesia pada kuartal II tahun 2018.

Gambar 1.1 Jumlah pangsa pasar *smartphone* di Indonesia berdasarkan data IDC pada Kuartal II Tahun 2018



Sumber: *International Data Corporation* (IDC) 2018

Dari hasil riset yang dilakukan oleh lembaga riset DIC menyebutkan bahwa penjualan pada *smartphone* Xiaomi pada tahun 2018 mengalami kenaikan mencapai 25%. Hal ini menunjukkan bahwa dari data penjualan dapat diketahui bahwa banyaknya pengguna pada *smartphone* Xiaomi meningkat pada tahun sebelumnya.

Persaingan yang semakin ketat membuat para perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang

berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga berbeda dengan produk pesaing, karena kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Banyak produk *smartphone* baru yang muncul, telah mendorong perusahaan untuk menciptakan kualitas produk semaksimal mungkin agar dapat merebut pangsa pasar.

Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk harus dijaga dengan baik, karena semakin baik kualitas produk yang ada dalam suatu produk maka konsumen akan semakin berminat untuk memiliki produk tersebut dan dapat menjadi strategi perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah *Smartphone* Xiaomi masih menggunakan garansi distributor yang masuk ke Indonesia tidak melalui jalur resmi, *Servis Center* Xiaomi yang terbatas, *Hardware* dan *Software* pada produk Xiaomi sering mengalami *Overheat* (panas).

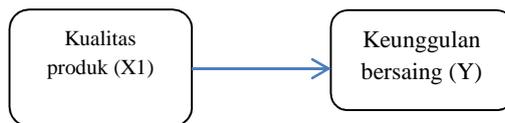
Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti lebih memfokuskan pada “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Apakah kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pengguna *smartphone* Xiaomi?”.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada pengguna *smartphone* Xiaomi.

1.3 Pendekatan Pemecahan Masalah



2. METODE

Model analisis data yang Desain penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2012:8) adalah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2012:13) menjelaskan bahwa: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain".

Populasi Menurut (Sugiyono 2018:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan. Jumlah populasinya adalah sebanyak 492 mahasiswa stambuk 2017 dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Pengambilan sampel melalui metode sampling insidental, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel dengan jumlah 83 responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2018:187). Pengumpulan data dalam penelitian ini juga diperoleh dari observasi, studi kepustakaan dan melalui angket (kuesioner) yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Instrumen penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas untuk mengetahui apakah terdapat item pernyataan pada kuesioner yang harus diganti/dibuang karena dianggap tidak relevan. Penelitian ini dilakukan diluar dari penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan membagikan kuesioner pada responden kemudian

hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan SPSS menggunakan uji *Cronbach Alpha* ().

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah uji asumsi klasik, digunakan untuk mengetahui ketetapan data. Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan hanya satu pada variabel independen, yaitu uji normalitas. Menurut Ghozali (2013:160) “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak”.

Penelitian ini juga menggunakan model regresi linear sederhana dengan spesifikasi model sebagai berikut : $Y = a + bX + e$.

Keterangan :

- Y : Keunggulan bersaing
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi kualitas produk terhadap keunggulan bersaing
- X : Kualitas Produk
- e : Error

Menurut Sugiyono (2018:243) “Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing caranya adalah dengan melakukan pengujian terhadap regresi setiap variabel antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang akan diteliti apakah diterima atau ditolak.

Menurut Sugiyono (2018:253), “Uji koefisien determinasi digunakan

untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) terhadap variabel terikat yaitu Keunggulan Bersaing (Y).

3. Hasil dan Pembahasan

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi memiliki bentuk model yang menarik pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa Xiaomi mampu memberikan bentuk model yang baik yang dapat menarik perhatian setiap penggunanya dengan tingkat presentase sangat setuju 13,3% dan setuju 66,3%.

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi memiliki bentuk yang berbeda dari merk lain pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa pada *smartphone* Xiaomi masih memiliki bentuk yang sama dengan *smartphone* merek lain dengan tingkat presentase sangat setuju 4,8% dan setuju 44,6%.

Pernyataan apakah saya memilih *smartphone* Xiaomi karena memiliki fitur-fitur yang lengkap pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi mampu memberikan kualitas produk yang baik dengan fitur lengkap yang dapat menjadi keunggulan pada *smartphone* Xiaomi dengan tingkat presentase sangat setuju 21,7% dan setuju 43,4%.

Pernyataan apakah Produk *smartphone* Xiaomi memiliki camera yang jernih pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa kamera pada *smartphone* Xiaomi sudah menjadi keunggulan bagi pengguna yang digunakan dalam bidang fotografi dengan tingkat presentase sangat

setuju 36,2% dan setuju 51,8%.

Pernyataan apakah Kinerja atau sistem operasi yang berkualitas tinggi dan memuaskan pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa dengan melalui kinerja sistem operasi yang tinggi, *smartphone* Xiaomi dapat membantu setiap penggunanya dalam menyelesaikan segala pekerjaan dengan tingkat presentase sangat setuju 12% dan setuju 62,7%.

Pernyataan apakah Fungsi kinerja dari *smartphone* Xiaomi sesuai dengan harapan pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi mampu menciptakan produk *smartphone* sesuai dengan keinginan konsumen dengan tingkat presentase sangat setuju 7,2% dan setuju 60,2%.

Pernyataan apakah *Smartphone* xiaomi sudah memenuhi harapan konsumen pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi mampu memberikan kualitas yang baik untuk konsumen dengan tingkat presentase sangat setuju 6% dan setuju 49,4%.

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi mampu beroperasi dengan baik pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* ini sudah memberikan keunggulan pada sistem pengoperasiannya dengan tingkat presentase sangat setuju 3,6% dan setuju 74,7%

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi tidak mudah rusak dan tahan terhadap benturan pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* ini mampu memberikan kualitas yang baik atas ketahanan *smartphone*

terhadap benturan dengan tingkat presentase sangat setuju 25,3% dan setuju 49,4%.

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi memiliki ketahan sampai waktu lima tahun pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* ini memiliki kinerja dengan batas waktu tertentu, dengan tingkat presentase sangat setuju 2,4% dan setuju 33,7%.

Pernyataan apakah Produk *smartphone* Xiaomi merupakan produk dengan tingkat kerusakan (cacat) yang rendah pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi mampu bertahan sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan tingkat presentase sangat setuju 30,1% dan setuju 51,8%.

Pernyataan apakah Produk *smartphone* Xiaomi merupakan produk yang mudah di perbaiki pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* ini memiliki servis senter terbatas dengan tingkat presentase setuju 27,7% dan kurang setuju 62,7%.

Pernyataan apakah Produk *smartphone* Xiaomi memiliki ukuran yang nyaman digunakan pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi memiliki ukuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan tingkat presentase sangat setuju 22,9% dan setuju 71,1%.

Pernyataan apakah *Smartphone* Xiaomi memiliki desain yang memudahkan pengoperasiannya pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Dari data diatas menunjukkan bahwa *smartphone* Xiaomi merupakan *smartphone* yang memiliki sistem operasi yang mudah dipahami oleh

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,659	2,780		,237	,813
Kualitas Produk	,621	,046	,831	13,434	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing setiap konsumen dengan tingkat presentase sangat setuju 15,7% dan setuju 72,3%.

Dari data diatas menunjukkan bahwa secara urutan dari persentase terbesar sampai yang terkecil keunggulan pada *smartphone* Xiaomi yang tertinggi karena *smartphone* Xiaomi sudah memberikan keunggulan pada sistem pengoperasiannya dengan angka 74,7%.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal. Uji normalitas dengan normal probability plot mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat normal probability plot sehingga data berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengolahan analisis

regresi sederhana dengan menggunakan software SPSS 22 adalah sebagai berikut :

Pada hasil perhitungan regresi dan tabel menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 0,659 dan (b) sebesar 0,621 sehingga diperoleh persamaan regresi linear sederhana $Y = 0,659 + 0,621X$, dimana variabel Keunggulan Bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kualitas Produk.

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial dilakukan pengujian dengan menggunakan statistik Uji t. Penentuan hasil pengujian (penerimaan/ penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Adapun nilai t_{hitung} sebesar 13,434 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,989 dengan taraf signifikan 0,05 dan $df = n-2$, jadi $83-2 = 81$. Karena $t_{hitung} 13,434 > t_{tabel} 1,989$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi.

Koefisien determinasi (R^2) dalam output SPSS terletak pada tabel Model Summary dan tertulis R square sebesar 0,690, artinya presentase Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 69%, sedangkan sisanya sebesar 31% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk

terhadap keunggulan bersaing pada pengguna *smartphone* Xiaomi, maka diperoleh kesimpulan bahwa keunggulan pada *smartphone* Xiaomi menjadi alasan terkuat mengapa responden memilih menggunakan *smartphone* Xiaomi.

Dari hasil perhitungan regresi, dapat disimpulkan bahwa Keunggulan Bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kualitas Produk. Sedangkan uji *t* yang dilakukan dengan membandingkan *t*-hitung dengan *t*-tabel dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi.

Hasil dari perhitungan koefisien determinan (R^2) menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,690, yang artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 69%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tetap meningkatkan kualitas produk pada *smartphone* Xiaomi dan menjadi salah satu keunggulan dalam persaingan. Salah satunya yang perlu ditingkatkan yaitu desain dan fitur agar pengguna tetap setia menggunakan *smartphone* Xiaomi. Oleh karena itu hendaknya keunggulan *smartphone* Xiaomi dari segi desain dan fitur yang baik inilah dapat terus dijaga dan tetap dipertahankan, agar dapat bersaing dengan produk lain.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Christian, Jhon. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi*

Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Clothing Our Bandung Style. Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Kotler, dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kurniasari, Rika Devi. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "Akar")*. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

Margaretta, Febriana. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi (studi kasus konsumen handphone xiaomi dicikarang utara)*. Skripsi Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa Bekasi.

Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran – Teori dan Aplikasi Pemasaran Era*

Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.

Mowen, John C., dan Michael Minor. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Sangadji, Etta Mamang dan Shopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.

Sihabudin. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Handphone Samsung (Survei Karyawan Pulley Manchine PT. FCC Indonesia)*. Jurnal Manajemen & Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2015. *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Strategik. Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.

Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.

[https://selular.id/2018/International-Data-Corporation-\(IDC\)-Indonesia-2018](https://selular.id/2018/International-Data-Corporation-(IDC)-Indonesia-2018).