

PENGARUH KEUNGGULAN OPERATING SYSTEM DAN STABILITAS PERFORMA TERHADAP MINAT BELI IPHONE DENGAN KEUNIKAN DESIGN SEBAGAI PEMODERASI

Imam Suryono¹
Koerniawan Hidajat²

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta¹
Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta²

imam.suryono1994@gmail.com¹
koerniawan.hidajat@uta45jakarta.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan operating system dan stabilitas performa terhadap keunikan desain yang dimoderasi minat beli. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 160 responden yang merupakan masyarakat umum sekitar. Cakupan responden didasarkan pada pendekatan Hair. Teknik pengumpulan data menggunakan simple random sampling dengan menyebarkan kuesioner penelitian dalam format Google kemudian membagikannya di media sosial. Metode pengolahan data penelitian ini menggunakan software Smart PLS (Partial Least Square) yang digunakan untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan operating system berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Stabilitas Performa berpengaruh positif dan signifikan minat beli, keunikan desain terbukti berpengaruh signifikan

Kata Kunci : Keunggulan Operating System, Stabilitas Performa, Minat beli, Keunikan desain

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and analyze the effect of the ease of finding segments and the availability of feedback on decisions to use social media marketing moderated by business process efficiency. The sample in this study consisted of 160 respondents who were the general public around. Respondent coverage is based on the Hair approach. The data collection technique used simple random sampling by distributing research questionnaires in Google format and then sharing them on social media. The research data processing method uses Smart PLS (Partial Least Square) software which is used for hypothesis testing. The results showed that the superiority of the operating system had a positive and significant effect on purchase intention, Performance Stability had a positive and significant effect on purchase intention, unique design proved to have a significant effect.

Keywords : Superior Operating System, Stability of Performance, Interest in Buying, Unique Design

PENDAHULUAN

Persaingan perdagangan di zaman yang semakin modern ini menjadi ketat terutama pada bidang teknologi yang semakin hari makin bertambah canggih. Perkembangan teknologi ini berinovasi dalam alat komunikasi dengan banyak membantu manusia

mengerjakan sesuatu secara efektif dan efisien. Salahsatu inovasi yang sudah terkenal di dunia yaitu dibidang komunikasi. Salah satu jenis alat komunikasi yang sering digunakan pada saat ini adalah Smartphone atau sering disebut sebagai ponsel pintar. Smartphone tidak hanya dapat digunakan untuk menerima telepon dan mengirim pesan, tetapi juga bisa membantu pekerjaan seseorang jadi lebih mudah. Menurut Gary *et al.* (2007). Smartphone adalah telepon yang *Internet-enable* yang biasanya menyediakan fungsi *personal digital assistant* (PDA) seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator, dan catatan. Banyaknya merek-merek *smartphone* yang beredar di pasaran membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal salah satunya adalah melalui ‘perang’ antar merek. Perusahaan semakin menyadari merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai (Hidayah & Marlana, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa iphone merupakan salah satu smartphone yang sudah mendunia termasuk di Indonesia. Smartphone ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2007 dan langsung menarik banyak minat karena kecanggihannya dan inovasinya yang membuktikan kualitas smartphone ini. iPhone selalu dikaitkan dengan pemilik yang berpenghasilan tinggi. Dengan segmentasi pasar yang jelas yaitu kelas menengah ke atas, menjadikan iPhone tetap stabil dalam penggunaannya. Dibandingkan dengan Android, dimana memiliki range harga bervariasi dari yang harga tinggi sampai harga yang masih dapat dijangkau oleh kelas menengah ke bawah. Pangsa pasar iPhone terbesar yaitu pada usia 25-36 tahun dengan pendapatan berada pada kelas menengah ke atas (Nielsen, 2020). Berdasarkan penelitian perilaku konsumen, pengalaman konsumen didefinisikan sebagai penilaian kognitif dan afektif konsumen terhadap segala interaksi baik langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan yang menciptakan produk yang mereka gunakan (Klaus dan Maklan, 2019)

Yang menjadi kebaruan dari riset ini adalah dimana iphone adalah sederetan smartphone yang dibuat dan dipasarkan oleh Apple Inc. iPhone menggunakan sistem operasi iOS Apple. iPhone pertama dirilis ke pasaran pada tahun 2007, iPhone terbaru hari ini adalah iPhone 12 yang diluncurkan oleh Apple pada 13 Oktober 2020 di acara Apple. Keunggulan lain dari iPhone juga telah ditunjukkan melalui survei yang dilakukan oleh JD Power yang menjelaskan bahwa iPhone memiliki tingkat kepuasan tertinggi dibandingkan dengan smartphone lainnya, sehingga menyebabkan keputusan pembelian konsumen yang tinggi terhadap konsumsi iPhone. (Mantala & Suasana, 2019).

Alasan memilih brand iphone sebagai penelitian karena iphone memiliki banyak keunikan dan memiliki desain yang cukup menarik untuk membuat calon konsumen tertarik dengan barang tersebut. Dan juga iphone memiliki performa yang sangat luar biasa apalagi untuk kalangan anak muda. Dan juga memiliki keunikan desain yang bagus untuk kalangan remaja. Maka peneliti akan mencari keunggulan operating system dan performa stabilitas bahkan keunikan desain dari minat beli iphone.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Manajemen Marketing

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perusahaan. Perencanaan membutuhkan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, ini termasuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang diharapkan perusahaan, dan mempromosikan produk baru kepada

pembeli yang potensial. Menurut Tjiptono (2019), manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Menurut Assauri (2018), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Keunggulan Operating System

Menurut Ludwig Von (2021) Sistem Operasi adalah sebuah program yang menyediakan antar muka yang lebih mudah bagi pengguna untuk mengakses perangkat keras dalam perkembangan sebuah program. Atau juga bisa dibilang bahwa, sistem operasi juga bisa menghubungkan antara perangkat lunak suatu pengaplikasian sebuah komputer dengan perangkat keras, sehingga perangkat lunak aplikasi itu bisa mengakses perangkat keras dengan berjalan sempurna. Tanenbaum mempertegas fungsi sistem operasi sebagai resource manager yaitu mengizinkan multiple program pada waktu yang sama, mengelola dan melindungi memori dan sumberdaya lainnya. Sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. (Mulyadi, 2019). Menurut Robert dan Davis sistem Informasi adalah sebuah sistem di dalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi dan sifatnya manajerial, serta adanya aktivitas strategis dari suatu organisasi serta menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan yang dibutuhkan.

Stabilitas Performa

Menurut Hamali (2019) performance (performa) merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan strategi tujuan organisasi, kepuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap ekonomi. Performa keuangan merupakan gambaran seberapa efisien pemanfaatan dana keuangan suatu perusahaan (Haeruddin, 2019). Kinerja adalah merupakan suatu proses tentang bagaimana pekerjaan berlangsung untuk men-capai hasil kerja yang stabil. (Sedarmayati, 2019)

Minat Beli

Menurut Thamrin et al., (2020) minat beli diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan konsumen dalam rencananya untuk membeli suatu produk dan beberapa jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah konsumen menerima ransangan dari produk yang dilihatnya, dari sana akan timbul ketertarikan dari hati untuk membeli dan mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya ada keinginan untuk membeli dan memilikinya. (Phillip Kotler, 2020). Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu prduk dengan mencari informasi tambahan (Schiffman & Kanuk, 2019).

Keunikan Desain

Menurut Simarmata (2019) desain adalah sebuah aplikasi yang dirancang sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Desain adalah bidang ketrampilan, pengetahuan, dan pengalaman manusia yang mencerminkan keterikatannya dengan apresiasi dan adaptasi lingkungannya ditinjau dari kebutuhan-kebutuhan kerohanian dan kebendaannya. Secara khusus, desain dikaitkan dengan konfigurasi, komposisi, arti, nilai, dan tujuan dari fenomena buatan manusia (Bruce Archer, 2020). Menurut Yastino (2019) desain

mencakup bidang yang luas: desain produk, tekstil, interior, grafis, arsitektur, desain rekayasa, serta desain kota. Betapa pun luasnya, kesemua bidang itu dapat dikembalikan pada citra dasar desain, bahwa semuanya itu dibuat dalam rangka pemenuhan kebutuhan spiritual dan materil manusia.

Pengaruh Keunggulan Operating System terhadap Minat Beli

Menurut penelitian terdahulu oleh Barney (2019) perusahaan mencapai keunggulan System apabila perusahaan menerapkan value creating strategy yang tidak dilakukan oleh perusahaan lain pada waktu yang sama. Keunggulan System dalam bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan System ataupun pesaing muncul bila konsumen beranggapan bahwa mereka menerima nilai lebih dari transaksi yang dilakukannya dibandingkan dengan sebuah pesaingnya. Hal-hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk menerapkan strategi bersaing salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas produk, inovasi produk, serta menawarkan harga yang kompetitif. Menurut Kinneer dan Taylor (2019) minat membeli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Berdasarkan penelitian terdahulu dan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kesatu (H1) : Pengaruh Keunggulan Operating System terhadap Minat Beli.

Pengaruh Stabilitas Performa terhadap Minat Beli

Performa stabilitas merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari produsen, mengingat kualitas performa dari smarhphone berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Konsumen akan tertarik untuk membeli smarhphone jika melihat performa stabilitas menarik, dan akan melakukan pembelian ulang jika merasa puas dengan produk yang dapat memberikan pelayanan sesuai dengan harapan atau lebih (Ferdinand, 2022). Berdasarkan penelitian terdahulu dan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kedua (H2) : Pengaruh Stabilitas Performa terhadap Minat Beli.

Pengaruh Keunikan Desain terhadap Minat Beli

Salah satu perusahaan smartphone yang beredar di Indonesia adalah Apple. Apple merupakan perusahaan yang mendesain seunik uniknya untuk menarik minat beli, mengembakan dan menjual perangkat keras dan perangkat lunak, perangkat keras yang diproduksi oleh Apple adalah iPhone. iPhone adalah smartphone pertama Apple yang dirilis pada tahun 2007. iPhone mencoba memasuki pasar dengan konsep yang berbeda, terbukti dari harga dan kualitas produk. iPhone dirancang agar mudah dibawa dan memiliki bentuk fisik yang unik, sehingga memudahkan pengguna iPhone untuk mengidentifikasi dan mengoperasikan produk iPhone. iPhone memiliki sistem operasi yang berbeda dari smartphone lain dan hanya digunakan oleh produk Apple yang menggunakan sistem operasi mereka sendiri (Norbaiti & Rahmi, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu dan uraian diatas maka dibentuk hipotesis ketiga (H3) : Pengaruh Keunikan Desain terhadap Minat Beli.

Moderasi Keunikan Desain atas Pengaruh Keunggulan System terhadap Minat Beli

Dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus dapat menampilkan produk yang terbaik dan memiliki desain yang unik agar dapat memenuhi selera konsumen yang ingin

membeli produk ini karena selera konsumen itu dapat berubah sewaktu-waktu. Berdasarkan penelitian terdahulu dan uraian diatas maka dibentuk hipotesis keempat (H4) : Moderasi Keunikan desain atas Pengaruh Keunggulan System terhadap minat beli.

Moderasi Keunikan Desain atas Stabilitas Performa terhadap Minat Beli

Minat pembelian adalah suatu perencanaan untuk membeli barang atau jasa yang berguna di masa depan. Menurut Fandos & Flavian (2019) minat beli ulang dapat muncul kembali ketika pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk tersebut karena desain yang unik atau bahkan stabilitas performa yang baik, maka dengan itu pelanggan berencana untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu dan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kelima (H5) : Moderasi Keunikan desain atas Stabilitas Performa terhadap Minat Beli

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah Pengguna Iphone, sampel penelitian adalah populasi yang dipilih untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait dengan variable penelitian. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan metode Hair, dimana jumlah sampel kisaran 5-25 kali dari jumlah indikator atau dari jumlah pertanyaan yang ada di dalam Kuisisioner (Hair & Almer, 2022). Pemilihan sampel menggunakan metode Convenience (Bambang Sudaryana et al., 2022). Metode ini menjelaskan bahwa sampel ini dipilih berdasarkan kemudahan untuk menemui atau berkomunikasi. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi disertai dengan uji moderasi atau disebut juga dengan analisa jalur dengan metode partial least square (Hustanto & Warsindah, 2022). Analisis terhadap data penelitian menggunakan software smart PLS (Musyaffi et al., 2022). Penelitian ini meneliti empat variable yang terdiri dari variable (Y) keunikan desain sebagai variable dependen. Variable (X1) keunggulan operating system dan (X2) Stabilitas performa sebagai variable independent. Selanjutnya Variable (Z) Minat beli sebagai variable pemoderasi. Menurut Simarmata (2019) desain adalah sebuah aplikasi yang dirancang sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Variable keunikan desain terdiri dari tiga indikator yaitu Warna (P1) dan (P2), Stripping (P3), Bentuk (P4) (Oktarini, 2021). Menurut Ludwig Von (2021) Sistem Operasi adalah sebuah program yang menyediakan antar muka yang lebih mudah bagi pengguna untuk mengakses perangkat keras dalam perkembangan sebuah program. Atau juga bisa dibidang bahwa, sistem operasi juga bisa menghubungkan antara perangkat lunak suatu pengaplikasian sebuah komputer dengan perangkat keras, sehingga perangkat lunak aplikasi itu bisa mengakses perangkat keras dengan berjalan sempurna. Tanenbaum mempertegas fungsi sistem operasi sebagai resourceTTmanager yaitu mengizinkan multiple program pada waktu yang sama, mengelola dan melindungi memori dan sumberdaya lainnya. Variable Keunggulan Operating System terdiri dari tiga indikator yaitu Keunggulan Produk (P1), Menjalankan Program (P2), Mengatur muatan dan eksekusi dari seluruh program (P3), Mengatur Aplikasi (P4) (Yuniarti, 2022). Menurut Hamali (2019) performance (performa) merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan strategi tujuan organisasi, kepuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap ekonomi. Variable Stabilitas Performa terdiri dari tiga indikator yaitu Kelengkapan Fungsi (P1) dan (P2), Kinerja (P3), Pelaksanaan Suatu Program (P4) (Moheriono, 2020). Menurut Thamrin et al., (2020) minat beli siartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan konsumen dalam rencananya untuk membeli suatu produk dan beberapa jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Variable Minat beli terdiri dari tiga indikator

yaitu Minat Transaksional (P1), Minat Referensial (P2), Menimbulkan Perhatian (P3) dan (P4) (Tresnadiarto, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sampel terpilih yakni sebanyak 160 responden dari kalangan masyarakat dengan responden wanita berjumlah orang 70 orang (%) dan laki – laki berjumlah 90 orang (%). responden pada penelitian ini berdasarkan 3 kelompok usia yakni usia < 25 tahun sebanyak 150 orang usia 25-35 tahun sebanyak 5 orang dan usia > 35 tahun sebanyak 5 orang. Statistik Deskriptif menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Uji kualitas dalam penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square (PLS), yang merupakan model persamaan Structural Equation Model (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau component based structural equation modeling. Software yang digunakan adalah SmartPLS (Partial Least Square).

Tabel 1. Statistik Deskriptif

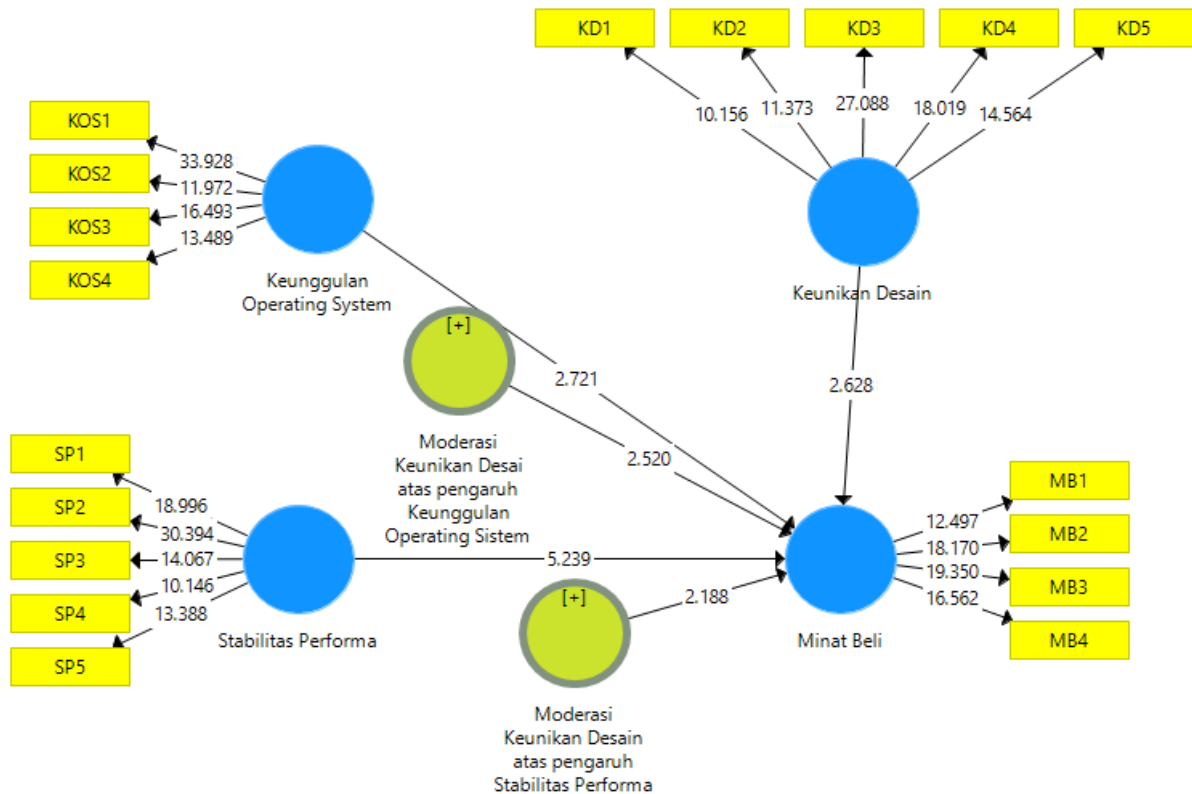
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KOS	160	1.00	5.00	3.7594	.75282
SP	160	1.00	5.00	3.8488	.70924
MB	160	1.00	5.00	3.8422	.72610
KD	160	1.40	5.00	3.8887	.67358
Valid N (listwise)	160				

Sumber : Hasil olah data SmartPLS (2022)

Berdasarkan tabel diatas, Variabel Keunggulan Operating System memiliki nilai minimum 1, maximum 5, dan mean 3.7594. Untuk nilai mean ini setara dengan 38,5%. Variabel Stabilitas Performa nilai minimum 1, maximum 5, dan mean 3.8488. Untuk nilai mean ini setara dengan 69,6%. Variabel Minat Beli nilai minimum 1, maximum 5, dan mean 3.8422. Untuk nilai mean setara dengan 60,5%. Variabel Keunikan Desain dengan nilai minimum 1, maximum 5, dan mean 3.8887. Untuk nilai mean setara dengan 77,4%.

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji hubungan antara indikator dengan variabel. Penilaian atau pengujian awal terhadap model pengukuran dilakukan secara validitas konvergen. Penilaian validitas konvergen dimulai dengan melihat indikator validitas yang ditunjukkan dengan nilai loading factor. Nilai loading faktor nilai minimum 0,5 dapat dianggap valid. Berikut adalah gambar hasil uji validitas.



Gambar 1. Uji Validitas

Sumber : Hasil olah data SmartPLS (2022)

Dari hasil uji validitas, variabel terdiri dari keunggulan opersting system, stabilitas performa, minat beli dan keunikan desain. Sudah memiliki loading factor diatas 0,5. Bahkan loading faktor dalam penelitian ini lebih dari 0,7 oleh karena itu semua instrumen pertanyaan sudah layak mewakili variabel dalam penelitian ini. Dan dapat dilihat dari AVE sebesar 0,5 yang berarti hubungan antar indikator dan variabel sudah memenuhi kriteria/valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian dilakukan model sebagai berikut: Cronbach's Alpha diperkuat dengan Nilai minimal 0,7 untuk semua Variabel. Rho_a diperkuat dengan Nilai minimal 0,7 untuk semua Variabel. Composite reliability memiliki nilai mininum 0,7 untuk memenuhi kriteria reliabilitas. Nilai AVE diperkuat dengan Nilai minimal 0,5 untuk memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Al...	rho_A	Reliabilitas Ko...	Rata-rata Varia...
Keunggulan Operating System	0.753	0.762	0.844	0.577
Keunikan Desain	0.781	0.785	0.852	0.536
Minat Beli	0.732	0.733	0.832	0.554
Moderasi Keunikan Desai atas pengaruh Keunggulan Operating Sistem	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderasi Keunikan Desain atas pengaruh Stabilitas Performa	1.000	1.000	1.000	1.000
Stabilitas Performa	0.795	0.802	0.859	0.551

Sumber : Hasil olah data SmartPLS (2022)

Dalam Model penelitian ini, dalam Variabel Keunggulan Operating System memiliki nilai cronbach's alpha 0.763, Rho_a 0.762, Composite reliabiliy 0.844; Stabilitas Performa memiliki nilai cronbach's alpha 0.795, Rho_a 0.802, Composite reliabiliy 0.859; Minat Beli memiliki nilai cronbach's alpha 0.732, Rho_a 0.733, Composite reliabiliy 0.832; Keunikan Desain memiliki nilai cronbach's alpha 0.781, Rho_a 0.785, Composite reliabiliy 0.852. Dari hasil uji reliabilitas nilai cronbach's alpha, Rho_a, dan Composite reliabiliy lebih besar dari 0,7 maka dengan demikian menyatakan bahwa variabel tersebut lolos uji reliabilitas sesuai dengan kriteria. Uji realibilitas dalam keunggulan operating system memiliki nilai AVE 0,547; stabilitas performa memiliki nilai AVE 0,699; minat beli memiliki nilai AVE 0,513; keunikan desain memiliki nilai AVE 0,575. Dengan uji reliabilitas menunjukkan AVE lebih besar dari 0,5 maka semua variabel dalam penelitian ini dikatakan lolos uji reliabilitas.

Uji Model Struktural

Analisis ini dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dihasilkan kuat dan akurat. Analisis ini dapat dianggap signifikan jika T-statistik lebih besar dari 1,96 dan P-value kurang dari 0,05. Di bawah ini adalah gambar dan tabel hasil penelitian yang diuji Partial Least Square (PLS) untuk mengetahui bahwa data yang didapat apakah mempengaruhi atau tidak mempengaruhi.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hipotesis	Sample Asli (O)	Rata-Rata Sample (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistic	P Value	Decision
Keunggulan Operating System -> Minat Beli	0.195	0.193	0.074	2.647	0.008	Approved
Keunikan Desain -> Minat Beli	0.241	0.249	0.091	2.648	0.008	Approved
Moderasi Keunikan Desain Atas Pengaruh Keunggulan Operating System -> Minat Beli	-0.215	-0.202	0.091	2.307	0.018	Approved

Moderasi Keunikan Desain Atas Pengaruh Stabilitas Performa -> Minat Beli	0.183	0.162	0.088	2.077	0.038	Approved
Stabilitas Performa - > Minat Beli	0.449	0.445	0.090	4.979	0.000	Approved

Sumber : Hasil olah data SmartPLS (2022)

Adapun hasil uji hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh keunggulan operating system terhadap minat beli .Dari hasil perhitungan secara uji hipotesis diperoleh nilai $t = 2.647 > 1.96$ dengan nilai p value nya 0.008. Karena nilai P value lebih kecil dari 5% maka hipotesis yang diajukan diterima berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variable keunggulan operating system dengan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa suatu keunggulan operating system akan berdampak pada perubahan minat beli konsumen iphone.
2. Pengaruh stabilitas performa terhadap minat beli .Dari hasil perhitungan secara uji hipotesis diperoleh nilai $t = 4.979 > 1.96$ dengan nilai p value nya 0.000. Karena nilai P value lebih kecil dari 5% maka hipotesis yang diajukan diterima berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel stabilitas performa dengan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa kestabilan suatu performa pada iphone sangat mempengaruhi minat beli konsumen.
3. Hipotesis ketiga yaitu Pengaruh keunikan desain terhadap minat beli .Dari hasil perhitungan secara uji hipotesis diperoleh nilai $t = 2.648 > 1.96$ dengan nilai p value nya 0.008. Karena nilai P value lebih kecil dari 5% maka hipotesis yang diajukan diterima berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel keunikan desain dengan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa iphone yang memiliki desain yang unik akan menambah daya tarik atau minat beli dari konsumen.
4. Hipotesis keempat diterima karena T Statistic $2,307 > 1,96$ dan P Value $0,018 < 0,05$ yang artinya keunggulan operating system terhadap minat beli diterima. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Hipotesis keempat yang diterima menunjukkan bahwa ada hubungan antara efek moderasi keunikan desain dan keunggulan operating system. Hal ini dibuktikan dengan T Statistic $2,307$ yang lebih besar dari $1,96$ dan P Value $0,018$ yang lebih kecil dari $0,05$. Ini berarti bahwa hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima secara statistik. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif, yang berarti bahwa semakin baik keunggulan operating system yang diberikan maka semakin baik juga minat beli yang ada. Dan semakin baik desain yang dipakai akan semakin meningkatkan daya tarik konsumen yang berminat untuk membeli iphone.
5. Hipotesis kelima diterima karena T Statistic $2,077 > 1,96$ dan P Value $0,038 < 0,05$ yang artinya stabilitas performa terhadap minat beli diterima. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Hipotesis kelima yang diterima menunjukkan bahwa ada hubungan antara efek moderasi keunikan desain dan keunggulan stabilitas performa. Hal ini dibuktikan dengan T Statistic $2,077$ yang lebih besar dari $1,96$ dan P Value $0,038$ yang lebih kecil dari $0,05$. Ini berarti bahwa hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima secara statistik. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif, yang berarti bahwa jika smartgadget yang digunakan memiliki performa yang stabil dan juga memiliki desain yang unuk dan bagus akan meningkatkan daya tarik atau meningkatkan minat beli

setiap calon konsumen. Menurut Fandos & Flavian (2019) minat beli ulang dapat muncul kembali ketika pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk tersebut karena desain yang unik atau bahkan stabilitas performa yang baik, maka dengan itu pelanggan berencana untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel keunggulan operating system, stabilitas performa, minat beli dan keunikan desain. Berdasarkan hasil dari analisis berupa penyebaran kuesioner melalui google form kepada 160 orang dan menggunakan metode penelitian Partial Least Square (PLS). Terdapat beberapa simpulan yang didapatkan dalam penelitian ini. Pertama, keunggulan operating system memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Kedua, stabilitas performa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Ketiga, keunikan desain dapat memoderasi keunggulan operating system terhadap minat beli iphone. Keempat, keunikan desain dapat memoderasi stabilitas performa terhadap minat beli iphone.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan. Saran-saran tersebut yaitu sebagai berikut: Bagi perusahaan Iphone, Perusahaan Iphone diharapkan untuk fokus memberikan harga yang lebih terjangkau pada produknya agar lebih dapat menarik minat beli konsumen yang ingin membeli iphone. Hal tersebut karena konsumen akan mencari dan memilih produk dengan harga yang terjangkau namun mendapatkan kualitas serta manfaat produk yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aust, Franz A. 1911. "The Electrical Discharge between a Pointed Conductor and a Hemispherical Surface in Gases at Different Pressures." *Physical Review (Series I)* 32 (2): 254–55. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>.
- Dama, Daniel. 2016. "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16 (1): 503–14.
- Febrian, Feby. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik." *Ekono Insentif* 13 (1): 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>.
- Hair Jr, Joseph F, G Tomas M Hult, Christian M Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P Danks, and Soumya Ray. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature.
- Henard & Szymanski. 2022. "Efektif . Salah Satunya Strategi Yang Efektif Adalah Dengan Keunggulan Bersaing Suatu" 5. <https://doi.org/10.25273/The>.
- Nur, Muhammad, Pajar Nofan, Sri Ekowati, 2022. "(Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Kota Bengkulu)," no. 2007: 26–33.
- Reni Rianti Prastiti, and Hari Sulistiyo. 2022. "Penilaian Performa Keuangan PT. Kalbe Farma Tbk. Dengan Metode Du Pont System." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen* 3 (4): 293–306. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i4.1150>.

- Sari, Rahayu Mutia. 2022. "Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sabun cair merek lux (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara)." *Maulya Alfika*, no. 2004: 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7248>.
- Sitohang, Sunarsan, and Rikson Pandapotan Tampubolon. 2019. "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pemadam Kebakaran Kota Batam ." *Mirai Management* 4 (2): 2597–4084. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>.
- Swatama, I Gede Agung Adi, and I Gede Kt Warmika. 2022. "Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Yang Dimediasi Oleh Sikap (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone Di Kabupaten Gianyar)." *E-Jurnal Manajemen* 11 (6): 1231–54.
- Waqiah, Ismatul, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, Universitas Islam, and Negeri Alauddin. 2019. *Di Kota Makassar (Studi Pada Perguruan Tinggi Negeri)*.
- Wicaksono. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli." *IOSR Journal of Economics and Finance* 3 (pengaruh minat1): 1–217. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdfhttp://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India_globalisation%2C_society_and_inequalities%28Isero%29.pdf<https://www.quora.com/What-is-the>.
- Wolff, Monica, Willem J F A Tumbuan, and Debry Ch A Lintong. 2021. "Milenial di Kecamatan Tahuna the effect of lifestyle , price , and brand image on the decision to purchase iphone brand smartphone on millenial women in Tahuna district jurnal embaVol . 10 No . 1 Januari 2021 , Hal . 1671-1681." *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 10 (1): 1671–81. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>.
- Yulia, Yosephine Angelina, and Endang Saryanti. 2018. "Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Iphone Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Surakarta." *ProBank* 3 (1): 19–27. <https://doi.org/10.36587/probank.v3i1.304>.