

Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Jasa Laundry Sepatu Mycleaningshoes.co)

The Influence of Prices and Brand Images on Purchase Decisions
(Customer Survey Laundry Service Shoes Mycleaningshoes.co)

¹Dicky Ardiansyah Mulyana, ²Ratih Tresnati

¹Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

Email: ¹dickyardiansyah546@gmail.com, ²ratihtresnati27@gmail.com

Abstract. The purpose of this research is to know Price Implementation conducted by Mycleaningshoes.co, to know Brand Image in Mycleaningshoes.co, to know Purchasing Decision at Mycleaningshoes.co and to find out how much influence Price and Brand Image to Purchase Decision. This study was conducted on Mycleaningshoes.co. The method used is survey method and sampling technique is non probability accidental sampling. This type of research is quantitative verification. The population in this study is Mycleaningshoes.co Customer. The sample taken is 98 respondents. Data analysis method used is multiple linear analysis aimed to know the direction of relationship between independent variable (X1) and independent variable (X2) with dependent variable. The results of this test states that the variable Price partially significant effect on Purchase Decision, and Brand Image variables partially significant effect on Purchase Decision. And Stimultan variable Price and Brand Image significantly influence the purchase decision at Mycleaningshoes.co

Keywords : Price, Brand Image, Purchase Decision

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Penerapan Harga yang dilakukan oleh Mycleaningshoes.co, untuk mengetahui Citra Merek di Mycleaningshoes.co, untuk mengetahui Keputusan Pembelian pada Mycleaningshoes.co dan untuk mencari seberapa besar pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Mycleaningshoes.co. Metode yang digunakan adalah metode survei dan teknik penarikan sample adalah *non probability accidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah verifikatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Mycleaningshoes.co. Sample yang diambil adalah 98 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen (X1) dan variable independen (X2) dengan variable dependen. Hasil pengujian ini menyatakan bahwa variable Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variable Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan Secara Stimultan variable Harga dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mycleaningshoes.co.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

A. Pendahuluan

Bisnis *laundry* memang bukan bisnis baru. Sejak era 1990-an hingga sekarang bisnis ini semakin ramai. Apalagi, pengguna jasa ini sangat luas mulai dari keluarga muda yang supersibuk, mahasiswa, juga pekerja cenderung tidak mau repot dan capek dalam urusan cuci- setrika pakaian. Seiring dengan munculnya trend sepatu *sneaker* sejak tahun 2014, khususnya dikalangan anak muda, trend usaha jasa pencucian sepatu di Indonesia pun mulai bermunculan. Kalangan anak muda saat ini hampir semua menggunakan sepatu *sneaker* dalam setiap aktivitasnya, sehingga trend ini menjadi peluang usaha membuka jasa cuci sepatu. Dan pada tahun 2016 hingga saat ini telah hadir untuk semua jenis sepatu, tidak hanya untuk sepatu sneakers lagi. Usaha jasa pencucian sepatu kini telah hadir memberikan solusi bagi mereka yang ingin merawat sepatunya secara praktis. Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis, dimana dengan adanya era globalisasi akan dapat memperluas pasar produk dan disisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat dalam

industri produk atau jasa. Oleh karena itu, pemasar harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, harga dan citra merek yang baik dalam sebuah perusahaan dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Dalam memilih produk atau jasa, konsumen sangat kritis dalam hal memutuskan suatu pembelian. Seperti mereka yang memilih suatu perusahaan jasa untuk mencuci dan merawat sepatu, karena terdapat beberapa perusahaan jasa laundry sepatu ini dan tidak menutup kemungkinan akan terus bermunculan kompetitor – kompetitor baru. Banyak dikalangan remaja bahkan hampir semua yang memiliki sepatu sneaker, dan tidak sedikit yang mengoleksi sepatu sneaker ini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin lebih mengetahui bagaimana pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survey pelanggan jasa laundry sepatu *Mycleaningshoes.co*). Selanjutnya, tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harga di *Mycleaningshoes.co*
2. Untuk mengetahui citra merek di *Mycleaningshoes.co*
3. Untuk mengetahui Keputusan Pembelian di *Mycleaningshoes.co*
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian di *Mycleaningshoes.co*
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di *Mycleaningshoes.co*
6. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di *Mycleaningshoes.co*

B. Landasan Teori

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) bahwa harga dapat diukur dengan “jumlah uang”

Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller (2009:260), mempersepsikan Citra Merek (brand image) adalah “Proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti Citra atau asosiasi merepresentasikan persepsi yang bisa merefleksikan kenyataan yang objektif ataupun tidak.

Adapun faktor – faktor yang dapat mempengaruhi citra merek menurut Aaker sebagai berikut :

1. *Recognition* (pengakuan)
2. *Reputation* (reputasi)
3. *Affinity* (afinitas)
4. *Domain*

Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) yaitu membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu,

preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

Menurut kotler dan keller (2012 : 161) ada enam keputusan yang dilakukan oleh pembeli, yaitu :

1. Pilihan produk
2. Pilihan merek
3. Pilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Bauran Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Optik Asri

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, yang diuji menggunakan analisis teknik analisis uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.540	2.685		6.848	.000
	Harga	.115	.108	.115	3.258	.001
	Citra Merek	.177	.252	.157	2.840	.003

a. *Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN*

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS Ver.16

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat nilai t hitung Harga sebesar 3.258 nilai ini > dari t tabel yaitu 1.985. artinya t hitung > tabel. maka dari itu Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dengan Keputusan Pembelian pada Mycleaningshoes.co. Dan nilai t hitung Citra Merek sebesar 2.840 nilai ini > dari t tabel yaitu 1.985. artinya t hitung > t tabel. maka dari itu Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Mycleaningshoes.co

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	63.550	2	15.005	.12580	.003 ^a
1 Residual	857.675	95	5.239		
Total	827.684	97			

a. *Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga*

b. *Dependent Variable: Keputusan_Pembelian*

Sumber data: Data Hasil Pengolahan SPSS Ver.16

Berdasarkan tabel *output* dengan SPSS 16 *for windows* di atas, diperoleh bahwa nilai Fhitung sebesar 0,12580 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003(a). Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel

F untuk $\alpha = 0,05$ dan $df1: 1 : n-k-1$ (98 responden-3-1) = 94. Pada hasil perhitungan tadi, diperoleh nilai sebesar 94, maka nilai 94 pada Ftabel diperoleh Ftabel sebesar 3,947

Tabel 3. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.532	.037	3.22240

a.Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga

Sumber data: Data Hasil Pengolahan SPSS Ver.16

Hasil R Square = 0,532 atau 53,2% yang diperoleh artinya Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel Harga dan Citra Merek sebesar 53,2% sedangkan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh faktor dan Variabel lainnya yang tidak diteliti peneliti saat ini.

D. Kesimpulan

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk atau jasa *Mycleaningshoes.co* dengan tingkat pengaruh yang kuat dan arah hubungan yang positif. Hal tersebut menandakan bahwa Keputusan Pembelian konsumen akan meningkat karena penerapan Harga. Variable Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada *Mycleaningshoes.co*, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabulasi data Uji-t dengan hasil sebesar 3,258, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $3,258 > 1,985$, dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dengan Keputusan Pembelian pada *Mycleaningshoes.co*.
2. Secara parsial variable Citra Merek menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada produk atau jasa *Mycleaningshoes.co* dengan tingkat pengaruh yang signifikan dan arah hubungan yang positif. Hal tersebut menandakan bahwa Keputusan Pembelian Konsumen akan meningkat karena Citra Merek. Variable Citra Merek Cukup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabulasi data Uji-t dengan hasil sebesar 3,310. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $3,310 > 1.985$, dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian pada *Mycleaningshoes.co*. Dan *output* Fhitung (0,12580) lebih besar dibanding Ftabel (3,947) maka pada tingkat kekeliruan 5% ($\alpha = 0,05$) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a , artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data, Variable Harga dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat pengaruh yang kuat dari Harga dan Citra Merek dan diiringi dengan arah hubungan yang positif. Hal tersebut menandakan bahwa Keputusan Pembelian Konsumen akan meningkat seiring dengan adanya penetapan Harga dan Citra Merek. Variable Harga dan Citra Merek pada *Mycleaningshoes.co* sebesar 53,2% sisanya 46,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
4. *Mycleaningshoes.co* dalam menetapkan Harga sudah cukup baik atau cukup

terjangkau dimana harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas, akan tetapi sebagian pelanggan merasa harga yang ditawarkan *Mycleaningshoes.co* kurang terjangkau karena harga *Mycleaningshoes.co* lebih mahal jika dibandingkan dengan beberapa kompetitornya. *Mycleaningshoes.co* bisa memperbaiki dalam penetapan Harga, dimana Harga yang ditetapkan oleh *Mycleaningshoes.co* harus menyesuaikan Harga dengan kompetitornya, karena harga *Mycleaningshoes.co* lebih mahal dari kompetitornya, dimana tahun pendirian kompetitornya lebih awal dibandingkan tahun pendirian *Mycleaningshoes.co* hal ini bertujuan agar masyarakat atau pelanggan bisa tertarik dengan Harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitornya yang lebih awal dalam pendiriannya.

5. Citra Merek yang dimiliki terbilang Cukup baik. Citra Merek ini dapat ditingkatkan oleh *Mycleaningshoes.co* dengan cara meningkatkan kualitas produk atau jasa sebaik mungkin, sehingga setiap pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan tidak terjadi lagi kesalahan kesalahan yang dilakukan *Mycleaningshoes.co* seperti adanya busa jika terkena air yang setelah mencuci di *Mycleaningshoes.co*, maka dari itu reputasi track record *Mycleaningshoes.co* akan selalu baik di mata pelanggan. Selain itu owner dan para karyawan yang memberikan pelayanan dengan ramah akan meningkatkan Citra Merek semakin baik dan waktu pengerjaan layanan proses pencucian hingga dikembalikannya sepatu harus sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan atau dijanjikan.

Daftar Pustaka

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,Hillsdale.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012 Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.