

## Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Rattlekidd Bandung

The Influence of Product Design and Price Towards Purchase Decision on Rattlekidd Distro Bandung

<sup>1</sup>Helna Agustina, <sup>2</sup>Ratih Tresnati

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: <sup>1</sup>helnaagustina49@gmail.com <sup>2</sup>ratihtresnati27@gmail.com

**Abstract.** The development of the culinary industry is currently progressing very rapidly. business development in the fashion industry requires that actors make product innovations to expand their market strategies in maintaining their business. This research aims to know the implementation of Product Design done by Rattlekidd distro Bandung, to know the price of Rattlekidd distro Bandung's Product, to know Purchase Decision on Rattlekidd distro Bandung and to find how big the influence of Product Design and Price on Purchase Decision. The method that was used in survey method and technique of sample withdrawal is non probability accidental sampling. The type of this research is quantitative verification. The population in this research is consumers in Rattlekidd distro Bandung. The sample that has been taken are from 95 respondents. The data analysis method is multiple linear analysis that aims to determine the coherence direction between independent variable (X1) and independent variable (X2) with dependent variable. The result of this research indicate that Product Design variable partially have significant influence on Purchase Decision, and Price variable partially have significant influence on Purchase Decision. And simultaneously Product Design and Price variable have significant influence on Purchase Decision on Rattlekidd distro Bandung.

**Keywords :** Product Design, Price, Purchase Decision

**Abstrak.** Perkembangan industri kuliner saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. perkembangan bisnis dalam industri fashion mengharuskan para pelaku melakukan inovasi produk untuk memperluas strategi pasar mereka dalam mempertahankan bisnisnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Desain produk yang dilakukan oleh distro Rattlekidd Bandung, untuk mengetahui harga produk distro Rattlekidd Bandung, untuk mengetahui Keputusan Pembelian pada distro Rattlekidd Bandung dan untuk mencari seberapa besar pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan adalah metode survey dan teknik penarikan sample adalah *non probability accidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah verifikatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen distro Rattlekidd Bandung. Sample yang diambil adalah 95 orang responden. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X1) dan variabel independen (X2) dengan variabel dependen. Hasil pengujian ini menyatakan bahwa variabel Desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan secara Simultan variabel Desain Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada distro Rattlekidd Bandung.

**Kata Kunci :** Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian

### A. Pendahuluan

Perkembangan dalam dunia bisnis pada industri fashion mengharuskan para pelaku bisnis melakukan inovasi produk untuk memperluas strategi pasar mereka dalam mempertahankan bisnisnya. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan kualitas produk yang

perusahaan jual kepada konsumen. Selain itu juga, pelaku bisnis harus mampu mengkomunikasikan produknya dengan tepat dan memberikan informasi mengenai produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan data hasil survey Badan Ekonomi Kreatif (sumber <https://news.detik.com/>, yang diakses 2018) yang penulis peroleh, menunjukkan bahwa industri kuliner,

fashion, dan kriya memberikan kontribusi terbesar pada ekonomi kreatif. Subsektor kuliner tercatat berkontribusi sebesar 41,69%, fashion 18,15%, dan kriya 15,70%. Hal ini terlihat bahwa industri fashion di kota Bandung berkontribusi besar terhadap kegiatan industri kreatif. Fashion saat ini adalah salah satu sektor industri kreatif dan berbisnis dunia, termasuk di Indonesia salah satunya ialah kota Bandung, ini terbukti dengan banyaknya didirikan bisnis fashion seperti Factory Outlet, Clothing dan Distro di Kota Bandung itu sendiri.

Di Indonesia khususnya di Kota Bandung *distribution outlet* atau distro saat ini sangat disukai oleh banyak kalangan anak muda terlebih karena produk dan aksesoris yang dijual oleh distro banyak ragam model yang digemari oleh kalangan anak-anak muda. Distro Rattlekidd merupakan sebuah *concept store* distro yang menyediakan berbagai produk yang memiliki kualitas baik dengan berbagai macam aksesorisnya dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada konsumennya yang akan berbelanja. Rattlekidd telah eksis dalam kurun waktu kurang lebih empat tahun, meskipun terbilang baru sebentar tetapi Rattlekidd mampu mensejajarkan prosisinya dengan pesaing distro lain yang berada di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh antara desain produk dan harga dengan keputusan pembelian pada distro Rattlekidd Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk memperoleh penerapan desain produk distro Rattlekidd
2. Untuk mengetahui harga produk distro Rattlekidd

3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian pada distro Rattlekidd
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada distro Rattlekidd
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian distro Rattlekidd
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada distro Rattlekidd

## B. Landasan Teori

### Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:332) Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Kotler dan Amstrong (2014:255) menyatakan bahwa terdapat tujuh aspek rancangan atau desain yang mencakup bentuk, fitur, mutu, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki dan gaya. Berikut penjelasan dari aspek-aspek tersebut :

1. Bentuk (*Form*), Banyak produk dapat didiferensiasikan berdasarkan bentuk, ukuran, dan model.
2. Fitur (*Feature*), Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan fitur yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi dasar produk.
3. Mutu, tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.
4. Daya Tahan (*Durability*), Ukuran usia yang

diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal.

5. Keandalan (*Reliability*), Ukuran profitabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.
6. Mudah diperbaiki (*Repairability*), Ukuran kemudahan memperbaiki produk ketika produk mengalami kerusakan.
7. Gaya (*Style*), Meggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli.

### Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa.

Ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu :

1. Keterjangkauan Harga. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
3. Harga Sesuai dengan Manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.
4. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk

lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012:188) keputusan pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan pembuangan produk.

**Tabel 1.** Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Mobil Honda BR-V Dealer Honda Abadi Cibiru

Variabel	R	R Square	t <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Keputusan	Probabilitas	Hubungan Korelasi
X1, X2 dan Y	0,637	0,572	3,281	1,984	Ho ditolak	α = 5%	Kuat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2018.

Menurut Kotler dan Keller (2012:293) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

- 1) Pemilihan Produk. Konsumen mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.
- 2) Pemilihan Merek. Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.
- 3) Pemilihan Saluran Pembelian. Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi.
- 4) Jumlah Pembelian. Konsumen dapat mengambil keputusan seberapa banyak produk yang akan dibelinya.

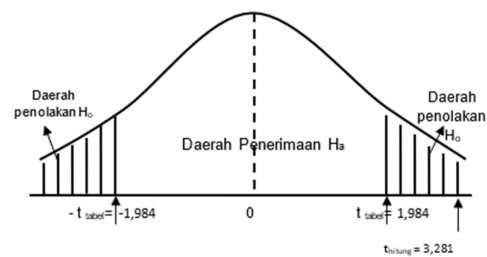
- 5) Waktu Pembelian. Keputusan konsumen dalam waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, seminggu sekali, bahkan setahun sekali tergantung kebutuhannya.
- 6) Metode Pembayaran. Konsumen harus memilih metode pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran secara tunai atau dengan cicilan. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Produk distro Rattlekidd merupakan toko yang menjual berbagai macam produk fashion dari mulai produk baju, sweater, kemeja, tas, dan aksesoris lainnya. Produk yang dijual oleh distro Rattlekidd merupakan produk yang memiliki desain menarik. Namun, hal tersebut belum sepenuhnya terlaksana secara maksimal. Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan secara umum berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan dengan jumlah responden sebanyak 95 responden dan jumlah populasi berdasarkan jumlah konsumen distro Rattlekidd Bandung. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kalangan pria yang berusia 22-25 tahun dengan persentase sebesar 40%. Hal ini dapat dikatakan sesuai karena produk distro pada umumnya sangat diminati oleh kalangan anak-anak muda yang akan membeli produk distro Rattlekidd. Hal ini sejalan dengan sampel jenis kelamin yang didominasi oleh kalangan Pria sebesar 70% dengan jenjang pendidikan rata-rata mahasiswa berjumlah 55% dan SMA berjumlah 32%.

Berikut ini adalah hasil penelitian mengenai pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian, yang diuji menggunakan teknik analisis koefisien korelasi (R),

koefisien determinasi (R Square), dan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji-t). Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1

Berdasarkan tabel *output* diatas yang dihitung dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* di atas terlihat bahwa nilai koefisien yang diperoleh antara desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,637 termasuk dalam kategori hubungan yang “kuat”. Nilai R-Square diperoleh nilai sebesar 57,2% ( $r^2 \times 100 = 0,572 \times 100\% = 57,2\%$ ). Nilai tersebut menunjukkan bahwa desain produk dan harga secara simultan dapat memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 42,8%, merupakan peranan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis secara parsial, nilai uji-t variabel desain produk dan harga didapatkan hasil sebesar 3,281 dengan demikian  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , dikarenakan  $3,281 > 1,984$  dan dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada distro Rattlekidd Bandung.



**Gambar 1.** Kurva Uji-t Variabel Desain produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

### C. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan

dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan desain produk yang dilakukan pada distro Rattlekidd telah dilakukan dengan cukup baik namun masih terdapat masalah dalam bentuk desain yang terdapat di produk Rattlekidd. Sedangkan mengenai harga yang dilakukan pada distro Rattlekidd berada dalam kategori “Sangat Buruk”. Maka perlu dilakukannya perbaikan dalam permasalahan harga yang terdapat pada produk Rattlekidd. Dan tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada distro Rattlekidd dengan indikator pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran berada pada kategori “Baik”.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa secara uji parsial (uji-t) dan secara simultan (uji-f) terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan tingkat pengaruh yang kuat dan positif pada distro Rattlekidd.

#### **D. Saran**

1. Distro Rattlekidd Bandung dalam penerapan desain produk secara keseluruhan cukup baik yaitu dengan mengikuti trend yang banyak digemari oleh para kalangan anak muda. Namun, dalam pelaksanaan desain produk yang diterapkan pada produk-produk yang dijual oleh Rattlekidd masih kurang baik dimata pelanggan. Dengan

memasukkan unsur desain yang terdapat di produk kaos misalnya pelanggan merasa terlalu banyak corak yang mencolok belum lagi warna yang tidak sesuai. Karena itu, desain produk yang terdapat pada produknya tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan pada produknya karena cukup mahal bagi sebagian kalangan. Kemudian, untuk kedepannya distro Rattlekidd dapat melakukan inovasi baru untuk desain produk yang akan diterapkan pada setiap produknya dan melihat apa yang disukai pelanggan saat ini sehingga dapat memuaskan pelanggan ketika melihat produknya dan akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal tersebut, untuk membuat Rattlekidd agar dapat terus bersaing dipasar dengan selalu meningkatkan kualitas desain produknya.

2. Guna menanggapi pernyataan mengenai harga yang kurang terjangkau. Harga yang terdapat pada produk Rattlekidd terutama produk kaos dan juga sweater cukup mahal bagi sebagian kalangan. Dengan harga yang terbilang cukup mahal dan desain produk yang kurang mendukung membuat pelanggan berpikir kembali untuk membeli. Maka, dengan demikian Rattlekidd harus berani melakukan perbaikan terhadap kualitas desainnya agar sesuai dengan harga yang ditetapkan pada produknya.
3. Rattlekidd harus melakukan pembaharuan terhadap produknya dan selalu update terhadap trend fashion yang sedang banyak digemari saat ini.

Dengan melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahuinya membuat pelaksanaan terasa mudah. Karenanya, pelanggan akan merasa produk yang dijual oleh distro Rattlekidd tidak kalah saing dengan produk distro yang sudah sejak lama ada di Bandung sebelumnya. Dengan terus meng-update desain pada produknya harus dibarengi dengan kualitas yang baik juga. Sehingga pelanggan merasakan manfaat lebih dari apa yang sudah mereka keluarkan untuk membeli produk tersebut. Hal ini, membantu Rattlekidd untuk kedepannya terus melakukan perbaikan agar produknya dapat diterima oleh pelanggan dan banyak digemari dikalangan anak-anak muda.

#### Daftar Pustaka

- Asshiddieqi, Fuad. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Crooz di distro Ultraa Store Semarang)
- Abdurrahman, Nana Herdianadan Achmad Sanusi. 2015, Manajemen Strategi Pemasaran, Bandung. CV Pustaka Setia
- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Bayu Januar Rachman. 2014. Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian yang di Mediasi oleh Citra Merek pada Study Customer Jolly Roger Distro. Diponegoro Of Management, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2014, Halaman 1-9.
- Creusen, Marie”lle E.H and Jan P/I. Schoorans. 2005. The Different Roles of Product Appearance in Consumer Choice. Netherlands. Departement of Product Innovation and Management, Landbergstaat.
- Daryanto. 2013. Manajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Data subsektor ekonomi kreatif. Tersedia di (<http://www.bekraf.go.id>). Diakses 3 November 2018
- Hasan, Ali. 2011. Marketing. Yogyakarta.: Media Utama.
- Kotler and Gary Armstrong, 2013. Marketing an Introduction, 11th Edition, Pearson: Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Dyah. 2017. Pengaruh Desain produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Tenun Ikat AAM Kodok Ngorek Putra, Bandar Kidul Kediri.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: CV.

ANDI.

Wening Mustikasari, 2012. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik.