

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada *Online Store* DOA By Dewi Sandra)

The Influence Of Price And Quality Product Towards Consumer Purchase Interest
(Survey Of Online Store DOA By Dewi Sandra)

¹Leni Kurnia, ²Ratih Tresnati, ³M Malik Akbar

^{†2}*Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116*

Email : ¹kurnialeni109@gmail.com ²ratihtresnati27@gmail.com ³moch.malik@unsiba.ac.id

Abstract : This research is used to determine the application of Product Prices and Quality to DOA Online Stores by Dewi Sandra, to find out how respondents respond to Prices at DOA Online Stores by Dewi Sandra, to find out how respondents respond to Product Quality at DOA Online Stores by Dewi Sandra, to find out the Interest in Buying consumers at DOA Online Store by Dewi Sandra, also to find out how much influence the price and quality of products on buying interest. The method used is a survey method, and the type of research used is qualitative and quantitative types, the technique used in sample collection is the non probability purpose sampling technique. The sample used in this study were 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The method used is the method of multiple linear regression analysis to determine the relationship between the independent variable and the dependent variable. The application made by DOA Online Store by Dewi Sandra is sufficient. Respondents' responses from the DOA Online Store by Dewi Sandra were sufficient. The results of the study in order to show the influence of price and product quality on consumer buying interest.

Keywords: Price, Product Quality, Consumer Purchase Interest

Abstrak : Penelitian ini digunakan untuk mengetahui penerapan Harga dan Kualitas Produk terhadap pada *Online Store* DOA by Dewi Sandra, untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap Harga di *Online Store* DOA by Dewi Sandra, untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap Kualitas Produk di *Online Store* DOA by Dewi Sandra, untuk mengetahui Minat Beli konsumen di *Online Store* DOA by Dewi Sandra juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli. Metode yang digunakan adalah metode survey, dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dan kuantitatif, teknik yang digunakan dalam pengumpulan sample yakni teknik non probability purpose sampling. Sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penerapan yang dilakukan oleh *Online Store* DOA by Dewi Sandra adalah cukup. Tanggapan rensponden terdahap *Online Store* DOA by Dewi Sandra cukup. Hasil penelitian guna menunjukkan adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen.

A. Pendahuluan

Perkembangan fashion di Indonesia semakin berkembang yang mengikuti perkembangan zaman, dimana perkembangan membuat masyarakat selektif dalam menentukan gaya hidup. Perkembangan fashion ini digunakan oleh para pelaku bisnis salah satunya adalah pelaku bisnis hijab. Dimana bisnis ini semakin lebar oleh karna itu berbagai kalangan menggunakan peluang ini salah

satunya adalah Dewi Sandra, disaat banyak produk yang menawarkannya untuk menjadi Artis yang mengiklankan produknya, Dewi Sandra justru menangkap peluang bisnis ini dan berinovasi untuk membuat produk hijab sendiri.

Minat beli dalam dunia Fashion dapat di tingkatkan dengan penggunaan harga yang relevan dengan penyeimbangan kualitas produk yang baik. Sebagaimana yang dikemukakan

oleh Faradiba dalam Utami (2017:1) harga dan kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, dimana harga bisa menjadi patokan dari suatu kualitas produk. Harga yang relative lebih mahal menjadikan konsumen berfikir bahwa kualitas dari produk tersebut baik, dan jika harga yang ditawarkan murah maka kualitasnya pun dianggap kurang baik. Harga dan kualitas produk dapat menjadi pemicu meningkatnya kinerja pemasaran.

Pada kasus Online Store DOA by Dewi Sandra adalah konsumen kurang berminat untuk membeli dikarenakan konsumen kurang tertarik mencari informasi tentang produk Online Store DOA by Dewi Sandra.

Selain itu dikarenakan harganya dianggap cukup tinggi dibandingkan pesaingnya, dengan kualitas yang sama.

B. Landasan Teori

Harga

Menurut Kotler dan Keller (2016) merupakan salah satu unsur bauran pemasaran dimana harga adalah sesuatu yang menyebabkan adanya pendapatan dan biaya. Harga juga memengaruhi positioning produk atau merk perusahaan. Berdasarkan indikator menurut Kotler dan Armstrong dalam Jumiaty dan Emilia (2017) yang mencirikan harga itu terdiri dari

1. Keterjangkauan harga dimana harga yang ditetapkan perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Harga yang ditawarkan lebih tinggi memiliki perbedaan kualitas dengan harga yang ditawarkan lebih rendah.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen cenderung

membeli produk berdasarkan manfaat dari produk tersebut.

4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing. Tinggi rendahnya harga mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2016) mengatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen. Kotler dan Keller juga berpendapat bahwa ciri dari suatu produk adalah kemampuan memuaskan kebutuhan konsumen secara tersirat yakni hasil atau kinerja yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Kualitas yang baik akan menumbuhkan keinginan konsumen terhadap produk tersebut. Indikator dari kualitas produk berdasarkan Kotler dan Keller (2016), yakni:

1. Bentuk dilihat berdasarkan ukuran dan struktur fisik dari produk.
2. Fitur. Karakteristik menjadi fungsi dasar suatu produk.
3. Kualitas Kinerja. Kualitas Kinerja merupakan karakteristik utama dari suatu produk itu beroperasi.
4. Kualitas ketepatan dimana unit-unit yang diproduksi sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.
5. Daya tahan berapa lama masa operasi produk yang diharapkan dan berapa lama dapat digunakan.
6. Keandalan dimana produk tidak akan rusak dan gagal dengan periode waktu yang ditentukan.
7. Kemudahan perbaikan. Ketika produk tidak berfungsi atau gagal maka kemudahan untuk memperbaiki diberikan.

8. Gaya merupakan sebuah tampilan dan kesan yang mendeskripsikan karakteristik dari suatu produk kepada pembeli. Selain itu gaya juga menjadi suatu pembeda antara produk yang satu dengan produk yang lain.
9. Kostumisasi. Dimana perusahaan membuat suatu produk dengan mencairitahu kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Minat Beli

Minat beli menurut Durianto (2013) merupakan keinginan seseorang untuk memiliki sesuatu produk dimana minat tersebut akan hadir jika seseorang telah terpengaruh oleh kualitas dan mutu dari produk tersebut juga dari informasi yang di terima mengenai suatu produk. Menurut Schiffman dan Kanuk (2004) dalam Dwiyanto, Iqbal dan Rizal (2018) ukuran minat beli konsumen dapat dilihat berdasarkan indikator berikut :

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk, konsumen tertarik mencari informasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Mempertimbangkan untuk membeli, setelah mencari informasi biasanya konsumen akan membandingkan dan mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut
3. Tertarik untuk mencoba, biasanya konsumen biasanya setelah mencari informasi dan mempertimbangkan konsumen akan mulai mencari manfaat dari produk tersebut dan ketika sudah sesuai konsumen akan cenderung tertarik mencobanya.
4. Ingin mengetahui produk setelah mencoba dan sesuai dengan ekspektasi konsumen cenderung akan memiliki

produk tersebut .

5. Ingin memiliki produk setelah mengetahui manfaat dari produk tersebut biasanya konsumen akan memberika perhatian terhadap atribut produk tersebut dan cenderung akan membeli produk tersebut.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik responden yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendidikan dan pendapatan dengan sample yang digunakan yakni sebanyak 100 responden dengan jumlah populasi berdasarkan data penjualan dari Online Store DOA by Dewi Sandra. Responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh wanita sebesar dengan presentase 86% dan responden berdasarkan usia di dominasi oleh responden yang berusia 26-35 tahun dengan presentase 47%, sedangkan untuk jumlah responden berdasarkan pendidikan di dominasi responden dengan pendidikan S1 yakni sebanyak 60 orang dengan presentase sebesar 60% untuk responden berdasarkan pendapatan di dominasi oleh responden berpendapatan Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 sebanyak 37 orang dengan presentase 37%.

Berikut merupakan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang di lakukan pengujian dengan menggunakan dengan teknik analisis koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R Square) dan pengujian hipotesis di lakukan menggunakan uji parsial (uji-t) hasil pengujian di jelaskan pada tabel berikut :

Sumber : Hasil output (SPSS 25) 2019

Tabel 1. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Online Store DOA by Dewi Sandra

Variabel	R	R Square	t Hitung	t Tabel	Keputusan	Probabilitas	Hubungan Korelasi
X1, X2, dan Y	0.734	0.664	3.625 2.056	1.984	Ho ditolak	$\alpha = 5\%$	Kuat

Sumber : data diolah 2019

Gambar 1. Kurva uji-t variabel harga dan kualitas Produk terhadap minat beli konsumen.

Dilihat dari tabel output yang telah telah dihitung menggunakan SPSS 25 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sebesar 0.734 masuk dalam kategori hubungan kuat. Dan nilai R-Square sebesar 0,664 atau 66,4% juga masuk dalam kategori kuat. Nilai ini menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dalam memberikan kontribusi terhadap minat beli konsumen. Disini hasil pengujian hipotesis secara parsial, nilai uji-t dari variabel harga 3,625 dan kualitas produk sebesar 2,056, dimana t-hitung $>$ t tabel, yakni $3,625 > 1,984$ dan $2,056 > 1,984$, dengan probabilitas $0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli di Online Store DOA by Dewi Sandra.

D. D. Kesimpulan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan dari hasil analisis sebagai berikut, analisis data analisis pembahasan yang telah diuji dari bab sebelumnya yakni

penelitian yang membahas “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli survey pada *Online Store DOA by Dewi Sandra*”. Didapatkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penerapan Harga yang dilakukan *Online Store DOA by Dewi Sandra* dianggap cukup. Karna sebagian konsumen yang merasa harga DOA dapat dijangkau dan sebagian pula tidak. Pelaksanaan kualitas produk yang telah dilakukan oleh DOA dianggap cukup baik oleh konsumen, akan tetapi dianggap biasa saja tidak membuat konsumen menjadikan DOA pilihan alternatif utama dalam memutuskan membeli produk hijab. Tanggapan responden mengenai minat beli di *Online Store DOA* dengan indikator minat dalam kategori buruk.
2. Variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada *Online Store DOA by Dewi Sandra* dengan tingkat pengaruh yang kuat dan positif. Hal tersebut berarti Minat Beli konsumen Pada *Online Store DOA* akan meningkat apabila Harga yang diterapkan mengalami perubahan. Karna variabel Harga mempengaruhi Minat Beli pada *Online Store DOA* dilihat dari tabulasi yang telah dilakukan dari data uji-t dengan perhitungan nilai t-hitung yakni 3,625 dimana nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel yang bernilai 1.984. dimana hasil probabilitas $0,004 < 0,005$ maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan itu penulis simpulkan adanya pengaruh signifikan diantara harga

terhadap minat beli pada Online Store DOA by Dewi Sandra. Dan untuk variabel Kualitas Produk secara keseluruhan mempengaruhi dengan signifikan terhadap minat beli konsumen. Minat Beli pada *Online Store* DOA by Dewi Sandra, hubungan yang positif, pengaruh yang erat. sehingga Kualitas Produk mempengaruhi Minat Beli Pada *Online Store* DOA. Hasil tabulasi hitung data Uji-t dan nilai T hitung sebesar 2,056 memiliki nilai yang lebih besar dari T tabel yang mempunyai nilai 1,984, dengan probabilitas $0,004 < 0,005$ jadi dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Minat Beli pada *Online Store* DOA.

E. Saran

Dapat disimpulkan dari yang telah penulis paparkan di atas, dapat disimpulkan saran-saran sebagai berikut :

1. Menanggapi penerapan harga dari *Online Store* DOA by Dewi Sandra, dengan dianggapnya penerapan harga yang dianggap cukup tinggi, dan dengan kualitas yang dianggap biasa saja, membuat konsumen berpikir ulang untuk membeli produknya. Maka dapat disarankan bahwa DOA harus melakukan peningkatan untuk kualitas produknya agar pembeli dapat menerima harga yang ditetapkan dengan kualitas pada produknya.
2. Kualitas Produk yang dianggap kurang baik di mata pelanggan, dimana dalam pelaksanaan

produknya yang dianggap biasa saja oleh kalangan konsumen, akan tetapi dianggap tidak sesuai dengan harga yang dipasarkan. Sehingga untuk kedepannya *Online Store* DOA by Dewi Sandra dapat melakukan inovasi-inovasi baru yang lebih baik untuk kualitas produk-produknya, menyesuaikan dengan *trend fashion* yang sedang digemari oleh konsumen sehingga DOA dapat memenuhi kepuasan konsumen saat melihat produknya yang lalu menimbulkan minat beli dari konsumen. Hal ini ditujukan agar DOA bisa terus eksis dan berkembang terus bdi pasar dengan terus meningkatkan Kualitas Produknya.

3. *Online Store* DOA by Dewi Sandra terus memperbaharui produk-produknya dan terus mengikuti perkembangan *trend fashion* yang sedang digemari oleh konsumen. Dengan melakukan penelitian lebih dulu dapat membuat pelaksanaan terasa mudah. Oleh sebab itu pelanggan akan merasa produk yang dijual *Online Store* DOA by Dewi Sandra tidak kalah bersaing dengan produk serupa dengan merek yang berbeda. Dengan terus melakukan inovasi terhadap produknya dengan mengunggulkan kualitas produknya, baik itu *design* ataupun yang lainnya. Dengan demikian konsumen dapat mendapatkan banyak kenyamanan dan keuntungan dengan yang telah konsumen gunakan untuk membeli produk tersebut. Semua yang telah disebutkan di atas, dapat membantu *Online Store* DOA

by Dewi Sandra kedepannya terus memperbaiki kualitas produknya agar DOA beserta seluruh produk mereka, bisa diterima dan disukai para konsumen.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Nana Herdiana dan Achmad Sanusi. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Jumiati dan Emilia. 2017. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah Tipe 36 Padacv. Perdana Laju Mandiri Di Guntung Manggis Kota Banjarbaru
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15 Global Edition: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kumar, C.R. (2008). *Research Methodology*. New Delhi: APH Publishing
- Sujarweni, V. Wiratna.(2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Utami, Ruri Putri dan Hendra Saputra. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli*. Sayuran organik di pasar sambas medan
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta