

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Sunfeel Plaza Parahyangan Kota Bandung

Hamda Erdean, Dede R Oktini, Moch. Malik Akbar R.

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

hamdaerdean30@gmail.com, dedeoktini@yahoo.com, moch.malik18@yahoo.com

Abstract—The purpose of this study is to study the application of the distribution price, SUNFEEL, to find out the responses of respondents about the price offered, to find out the responses of respondents about purchasing decisions, to find out more about the price of a buying decision. The research method used was a survey method, and the sampling technique was non probability accidental sampling. This type of research is descriptive and verification. The population in this study is the final consumer of the SUNFEEL distribution. The sample taken was 100 respondents. The data analysis method used is a simple linear analysis to determine the direction of the relationship between the price(X) and the purchase decision (Y). The results of this study stated that the pricing of SUNFEEL distributions in the category is sufficient. Receive respondents about the decision to purchase a SUNFEEL distribution in the sufficient category. SUNFEEL Plaza Parahyangan City of Bandung shows significant results on prices on purchasing decisions at distributions.

Keywords—Price, Purchase Decision.

Abstrak—Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui penerapan harga produk distro SUNFEEL, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai harga yang ditawarkan, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian, untuk mengetahui besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, dan teknik penarikan sampel adalah non probability sampling accidental sampling. Deskriptif dan verifikasi adalah jenis penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen akhir distro SUNFEEL. Sampel yang diambil adalah 100 responden. Analisis linier sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel harga(X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) merupakan metode analisis data yang digunakan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penetapan harga distro SUNFEEL dalam kategori cukup. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian distro SUNFEEL dalam kategori cukup. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada distro SUNFEEL Plaza Parahyangan Kota Bandung.

Kata kunci—Harga, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis pada zaman sekarang ini yang pesat, berbagai cara dilakukan para pelaku bisnis untuk menciptakan, menjaga, dan mengembangkan keunggulan kompetitif dengan

pesaingnya. Dalam upaya persaingan, perusahaan menyediakan barang ataupun jasa dengan sebaik mungkin agar tercipta produk dan jasa yang terbaik untuk konsumen. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada target pasarnya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut tergantung pada perilaku konsumennya. Pelaku usaha, termasuk distro, dituntut untuk selalu berinovasi agar tetap bisa bersaing dengan pesaing, salah satunya dalam segi harga. Sangat penting bagi setiap pelaku usaha distro untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan distro SUNFEEL sebagai objek penelitian, SUNFEEL merupakan distro yang menjual berbagai jenis pakaian seperti kaos, kemeja, celana jeans, celana chino, tas ransel, tas kecil, topi, jaket, sandal. Distro SUNFEEL berlokasi di Plaza Parahyangan, Jl. Dalem Kaum, Balonggede, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat. Penulis memilih distro SUNFEEL sebagai objek penelitian karena SUNFEEL yang berdiri sejak tahun 2006 dan memiliki banyak reseller di berbagai daerah diluar pulau jawa. Selain itu SUNFEEL kerap kali mengeluarkan design terbaru dalam kurun waktu yang cepat dan unik. Distro SUNFEEL yang berada di Plaza Parahyangan juga memiliki pesaing yang dapat dijadikan pilihan oleh konsumen seperti pasar Andir, pasar Tegalega yang juga menjual produknya secara satuan ataupun grosiran dengan harga yang lebih murah, dan juga pelaku usaha yang menjual produknya lewat online pun bisa jadi pesaing yang harus diperhitungkan. Oleh karena itu distro SUNFEEL harus bersaing untuk mendapatkan konsumen dan menjadi pilihan keputusan pembelian konsumen. Dari data penjualan distro SUNFEEL, terjadi penurunan penjualan sebesar 5%, dan hasil wawancara, distro SUNFEEL kerap menaikkan harga produk dikarenakan distro SUNFEEL tidak memproduksi sendiri produknya, dan kerap menggunakan strategi subsidi silang untuk menutupi kerugian produknya. istilah subsidi silang ini adalah menaikkan harga produk untuk menutup modal produk yang lain. Distro SUNFEEL kurang mendapatkan konsumen yang membeli satuan, dengan produk yang sama dijual di dalam satu lokasi di Plaza Parahyangan akan menyulitkan bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian di distro SUNFEEL apabila distro SUNFEEL

tidak melakukan strategi penetapan harga yang sesuai bukan tidak mungkin konsumen enggan berbelanja di distro SUNFEEL. Walaupun distro SUNFEEL unggul di produk sandal yang mana distro SUNFEEL ini menjual produk sandal yang di produksi sendiri sehingga harga jualnya lebih murah. Dari hasil pra survei 30 orang responden menunjukan bahwa lebih dari 50% menyatakan bahwa harga produk SUNFEEL tidak terjangkau dan juga harga produk SUNFEEL juga tidak lebih murah dari pesaing. Di segi keputusan pembelian menunjukan bahwa lebih dari 50% tidak tertarik untuk memilih produk distro SUNFEEL karena tidak menyediakan berbagai produk unggulan, tidak memilih distro SUNFEEL karena mereknya belum dikenal dibanding distro lain, konsumen tidak membeli dalam jumlah satuan, dan tidak membeli produk distro SUNFEEL lebih dari dua kali dalam satu bulan.

Dapat disimpulkan dari gambar, tabel, hasil wawancara, dan hasil pra survey diatas menyatakan bahwa penjualan distro SUNFEEL menurun yang diduga karena harga yang tidak kompetitif dengan pesaing atau cenderung mahal, dan juga penerapan strategi harga yang kurang tepat sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana distro SUNFEEL menerapkan harga produknya
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai harga di distro SUNFEEL
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai keputusan pembelian di distro SUNFEEL
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada distro SUNFEEL

II. LANDASAN TEORI

Harga menurut Kotler & Armstrong (2018:309) menyatakan bahwa “Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”. Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Rambat Lupiyoadi (2013:92) Harga adalah “sejumlah pengorbanan yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) terdapat 4 indikator harga :

1. Keterjangkauan harga
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016) adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Menurut Kotler & Keller (2012) terdapat 6 indikator keputusan pembelian :

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penyalur
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian
6. Metode Pembayaran

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Distro SUNFEEL menerapkan harga guna meningkatkan keputusan pembelian dengan cara melakukan metode penetapan harga berbasis biaya yang artinya menerapkan harga dengan melihat biaya produksi yang dikeluarkan. Responden dalam penelitian ini di sajikan dalam bentuk umum berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendapatan dan jumlah sampel 100 reponden berumur < 25 tahun sebanyak 47 dengan persentase 47%, 26-35 tahun sebanyak 25 dengan persentase 25%, 36-45 tahun sebanyak 16 dengan persentase 16%, >50 tahun sebanyak 12 dengan persentase 12%.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang diuji menggunakan teknik analisis koefisien korelasi(R), koefisien deteerminasi (R square) dengan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji T) , hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut ini:

TABEL 1. KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754 ^a	,569	,565	,41658
a. Predictors: (Constant), Harga				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat hasil R Square = 0,569. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga yaitu 56,9%, yang didapat dari 0,569 × 100%, artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga sebesar 56,9% sedangkan sisanya sebesar 43,1% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti citra merek, promosi, lokasi, dan acuan lainnya.

TABEL 2. PENGUJIAN HIPOTESIS UJI-T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,751	,185		4,066	,000
Harga	,724	,064	,754	11,377	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil diatas, diketahui bahwa nilai uji t variabel harga didapatkan hasil sebesar 11,377, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, dikarenakan $11,377 > 1,984$ dan dengan probabilitas $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian distro SUNFEEL

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada Distro SUNFEEL Plaza Parahyangan Kota Bandung, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan harga yang dilakukan oleh distro SUNFEEL yang terdiri keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat masih belum optimal dan masih banyak yang perlu di perbaiki.
2. Tanggapan responden terhadap harga yang diterapkan oleh distro SUNFEEL termasuk pada kategori cukup. Ini dapat dilihat dari seimbangannya jawaban antara pernyataan baik dan pernyataan kurang baik dari empat indikator. Tetapi masih ada yang perlu diperbaiki dalam hal keterjangkauan harga dan harga produk yang tinggi dibandingkan pesaing.
3. Tingkat keputusan pembelian di distro SUNFEEL berdasarkan tanggapan responden termasuk pada kategori cukup. Ini dapat dilihat dari seimbangannya jawaban antara pernyataan baik dan pernyataan kurang baik dari enam indikator. Masih ada yang perlu diperbaiki dalam hal pemilihan produk berdasarkan daya beli konsumen, pemilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian satuan
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen distro SUNFEEL.
 - Saran
 - 1. Guna menanggulangi permasalahan harga dalam hal keterjangkauan harga dan harga produk yang tinggi dibandingkan pesaing. Sebaiknya distro SUNFEEL melakukan produksi sendiri ketimbang

dengan konveksi lain untuk semua produknya agar bisa mengurangi biaya produksi, dan menawarkan harga yang berimbang dengan distro lain dengan salah satu cara menyamakan kualitas produk yang ditawarkan dengan kualitas produk distro lain di Plaza Parahyangan. Akan tetapi distro SUNFEEL menciptakan keunggulan dari bentuk desain yang kekinian dan update daripada distro lain. Dengan hal tersebut, diharapkan distro SUNFEEL memiliki kekhasan dimata konsumen yang datang berbelanja di Plaza Parahyangan.

2. Guna menanggulangi permasalahan keputusan pembelian dalam hal pemilihan produk berdasarkan daya beli konsumen, pemilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian satuan, sebaiknya distro SUNFEEL dapat menawarkan produknya sesuai dengan target pasar yang dituju, dan menawarkan harga satuan yang sesuai juga dengan daya beli masyarakat yang menjadi target pasar, mengenalkan produk SUNFEEL melalui digital atau event yang bertemakan fashion di kota Bandung agar konsumen lebih mengenal produk dan merek distro SUNFEEL, dengan menerapkan hal tersebut konsumen diharapkan melakukan pembelian ulang ke distro SUNFEEL baik satuan ataupun grosiran dan memilih produk SUNFEEL dalam melakukan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- [2] Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga