

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK (STUDI KASUS PADA PENGGUNA HELM MEREK INK DI DESA WINDUREJO)

JOIS TITA SETIA

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Joissetia@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality and brand image on the purchase decision of INK brand helmets in Windurejo Village. The type of research used by researchers is quantitative research with survey methods. Data collection techniques in this study through questionnaires / questionnaires. The population in this study were the INK brand helmet users in Windurejo Village with a total sample of 141 respondents. The instrument testing technique used was the validity and reliability test. Data analysis using classic assumption test, multiple linear regression, t test, F test and coefficient of determination using IBM SPSS version 22.0.

The results showed that the price, product quality and brand image had a partial effect on the purchase decision of the INK brand helmet with a value of $t_{count} > t_{table}$ and a significance value < 0.05 . While the results of the F test calculation show that the price, product quality and brand image simultaneously affect the purchase decision with an F value of $11.834 > F_{table} = 2.67$ and a probability value of $0.000 < 0.05$. The results of the analysis of multiple linear regression equation are $Y = 9,854 + 0,288 (X1) + 0,277 (X2) + 0,470 (X3)$ while the result of the coefficient of determination (R^2) is 0,627 or (62,75%).

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui angket/kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna helm merek INK di Desa Windurejo dengan jumlah sampel sebanyak 141 responden. Teknik pengujian instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 22.0.

Hasil penelitian menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian helm merek INK dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Sedangkan hasil perhitungan uji F menunjukkan harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar $11,834 > F_{tabel} = 2,67$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 9,854 + 0,288 (X1) + 0,277 (X2) + 0,470 (X3)$ sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 atau (62,75%).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Helm adalah salah satu perlengkapan yang aman bagi pengendara sepeda motor. Saat ini banyak produk helm yang berstandar SNI. Salah satunya adalah produk helm merek INK. Ada banyak faktor yang membuat konsumen memilih helm merek INK salah satunya adalah dari atribut produk helm tersebut antara lain dari desainnya, warna helmnya, kualitas produknya dan karena citra merek helm tersebut. Ada banyak warga di Desa Windurejo yang memiliki helm INK ini terutama para pelajar dan anak-anak muda. Dari berbagai jenis model helm dari model yang lama sampai yang terbaru. Atribut produk merupakan suatu unsur yang dijadikan konsumen dalam pengambilan keputusan. Merek menjadi potensi yang paling bagus untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Rangkuti (2004) menjelaskan bahwa "Citra merek yaitu sekumpulan dari asosiasi merek yang terbentuk di benak para konsumen." Bagi perusahaan merek bisa digunakan untuk membangun kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Selain merek hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing adalah keterjangkauan harga. Kebijakan dari penetapan harga selalu dikaitkan dari kesesuaian dengan apa yang diterima oleh konsumen. Pengertian harga menurut Sunyoto (2013:15) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam persaingan saat ini perusahaan dituntut untuk memberikan mutu produk yang bagus dan mempunyai nilai kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan selalu tertanam di benak konsumen. Kualitas produk merupakan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk lainnya. Berdasarkan uraian di atas tersebut disimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh pada perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Dari penjelasan di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo ?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo ?
- c. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo ?
- d. Apakah harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo ?

Kajian Pustaka

Pengertian Harga

Harga adalah satu-satunya yang menghasilkan laba, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:121) yaitu sejumlah uang yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk lainnya.

Pengertian Citra Merek

Citra merek adalah persepsi yang ada di benak konsumen saat mengingat suatu merek dari sebuah produk tertentu. Menurut Kotler (2009:208) "citra merek merupakan seperangkat keyakinan ide dan kesan yang terbentuk oleh seseorang terhadap pada suatu objek."

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Swastha dan Handoko (2008:110) “Keputusan pembelian adalah proses dalam pembelian yang asli nyata, apakah membeli atau tidak.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan alasan untuk mengkaji suatu teori dan menyajikan suatu fakta serta mendeskripsikan statistik yang bertujuan untuk memperdalam pemecahan masalah dengan generalisasi yang lebih spesifik.

Sumber Data

Data primer dalam penelitian diperoleh melalui angket atau kuesioner yang telah dibagikan kepada responden pengguna helm merek INK di Desa Windurejo.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari jurnal, buku, website, internet dan penelitian sebelumnya.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui :

1. Angket/kuesioner adalah metode pengumpulan data melalui penyebaran pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk dijawab.
2. Wawancara adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung, mendalam dan individual.
3. Observasi merupakan proses mengenali dan mencatat kejadian serta objek secara relevan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Windurejo yang terletak di Jl. Mayjen H. Soemadi 102, Windurejo, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2018 sampai bulan Juli 2018.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010:80) “populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Windurejo yang memiliki produk helm merek INK, dengan jumlah sebanyak 217 orang.

Sampel yaitu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dan hasil yang diperoleh berjumlah 141 responden.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan item variabel tersebut valid.
2. Uji Reliabilitas menggunakan ketentuan apabila koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk menganalisa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

a	= Konstanta
b1, b2 dan b3	= Koefisien regresi
Y	= Keputusan Pembelian
X1	= Harga
X2	= Kualitas produk
X3	= Citra merek
e	= error

Uji Hipotesis

- Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar berpengaruhnya satu variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.
- Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Multikolinieritas
Dasar pengambilan dalam pengujian ini yaitu apabila angka tolerance diatas 0,10 dan mempunyai nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2011 :105)
- Uji Heteroskedastisitas
Dalam pengambilan pengujian ini dengan melihat jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Uji Normalitas
Pengujian ini bertujuan untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan usia. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut :

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	65	46%
Perempuan	76	54%
Jumlah	141	100%

Dari tabel diatas menunjukkan responden laki-laki berjumlah 65 orang dan perempuan berjumlah 76 orang.

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Prosentase
<20 tahun	47	33%
20-25 tahun	60	43%
>25 tahun	34	24%

Jumlah	141	100%
--------	-----	------

Dari tabel diatas menunjukkan responden yang terbanyak adalah responden dengan usia 20-25 tahun.

Hasil Uji Instrumrn Uji Validitas

Tabel Uji Validitas

Variabel	Dimensi	r hitung	r tabel	Ket
X1	X1.1	0,584	0,164	Valid
	X1.2	0,475	0,164	Valid
	X1.3	0,595	0,164	Valid
	X1.4	0,393	0,164	Valid
X2	X2.1	0,507	0,164	Valid
	X2.2	0,427	0,164	Valid
	X2.3	0,475	0,164	Valid
	X2.4	0,549	0,164	Valid
	X2.5	0,635	0,164	Valid
	X2.6	0,470	0,164	Valid
X3	X3.1	0,709	0,164	Valid
	X3.2	0,812	0,164	Valid
Y	Y1.1	0,576	0,164	Valid
	Y1.2	0,443	0,164	Valid
	Y1.3	0,581	0,164	Valid
	Y1.4	0,486	0,164	Valid

Dari tabel diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini dapat digunakan sebagai pembentuk indikator untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach <i>Alpha</i>	Nilai Cronbach <i>Alpha</i>	Ket
Harga	0,852		Reliabel
Kualitas Produk	0,738		Reliabel
Citra Merek	0,782	>0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,832		Reliabel

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa semua variabel Harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian adalah reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan pada instrumen penelitian (kuesioner) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Predictors	Koefisiensi
Constan (a)	9,854
Harga	0,288
Kualitas Produk	0,277
Citra Merek	0,470

Dari dari hasil tabel diatas, dihasilkan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 9,854 + 0,288 + 0,277 + 0,470$$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel Uji Parsial (t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig
Harga	2,091		0,038
Kualitas Produk	3,962	1,655	0,000
Citra Merek	2,592		0,011

Dari tabel diatas diketahui bahwa :

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel harga sebesar 2,091 dengan tingkat signifikansi 0,038 > 0,05 sehingga Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel kualitas sebesar 3,962 dengan tingkat signifikansi 0,000 > 0,05 sehingga Ho ditolak dan H2 diterima. Artinya ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel citra merek sebesar 2,592 dengan tingkat signifikansi 0,011 > 0,05 sehingga Ho ditolak dan H3 diterima. Artinya ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (F)

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menyimpulkan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	11.834	.000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra_Merek, Kualitas_Produk, Harga

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $11,834 > F_{\text{tabel}} = 2,67$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merek INK.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk melihat seberapa besar variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.627	.580	1.783

- a. Predictors: (Constant), Citra_Merek, Kualitas_Produk, Harga
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 atau (62,7%). Artinya harga, kualitas produk dan citra merek secara bersama sama atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk helm merek INK sebesar 62,7% sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas yang kuat atau tinggi.

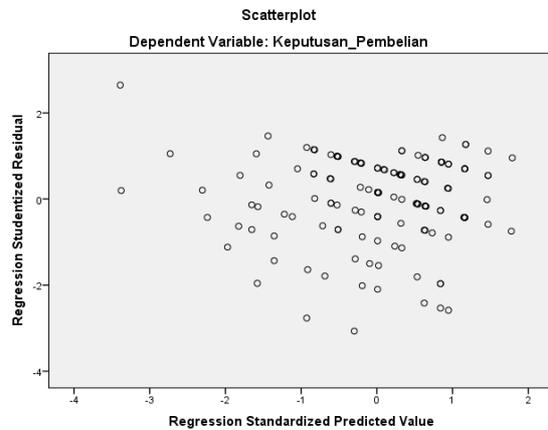
Tabel Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,862	1,160	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk	0,994	1,006	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Citra Merek	0,865	1,156	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengujian multikolinieritas diketahui nilai VIF dari variabel harga, kualitas produk dan citra merek memiliki hasil dibawah 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar Uji Heteroskedastisitas

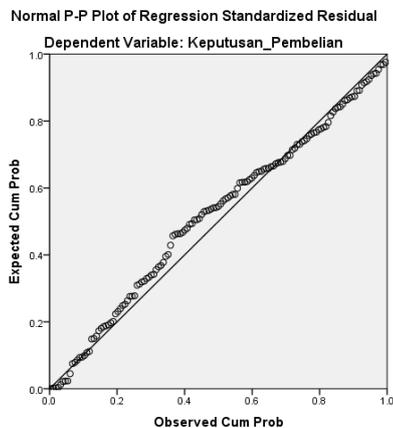


Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak.

Gambar Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa menunjukkan pola B normal, karena dapat dilihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Simpulan

Berdasarkan analisis data diatas tentang pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Desa Windurejo dapat ditarik kesimpulan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Fandi Tjiptono dan Diana Anastasia, Total Quality Manajemen , edisi revisi, Penerbit Andy Yogyakarta.
- Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, Edisi pertama, Penerbit Universitas Gadjah Mada Isyanto,
- Sangadji, Etta Manang dan Sopiah.2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1.Yogyakarta
- Sunyoto, Danang.2013. *Teori, uestioner dan Aanalisi Data*. Edisi pertama. Yogyakarta
- Swastha, B, dan T. Handoko. 2008. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta
- www.tarakusuma.com