

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Tas Sam Collection Jakarta Timur

Thomas Anditora dan Ahmadun
Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia Jakarta
Email : Ahmadun@urindo.ac.id

ABSTRAK

Salah satu produsen di bidang *fashion* adalah Sam Collection, dimana produsen memfokuskan dirinya pada produk tas wanita. Sam Collection merupakan produsen tas wanita yang berlokasi di Jl. Buaran 3, RT 001 RW 015 No. 62 Duren Sawit, Jakarta Timur. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui mutu/kualitas suatu produk dan harganya terhadap minat beli konsumen tas Sam Collection Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan Metode survei (data primer), data sekunder, pendekatan kuantitatif, dan Teknik analisis regresi berganda dengan uji hipotesis secara parsial dan simultan. Hasil uji determinasi dari pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli adalah sebesar 52,7%. Dengan persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y' = 12,701 + 340X_1 + 476X_2$, artinya Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Y) bernilai positif. Dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$, dimana variable kualitas produk (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,526 > 1,984$) dan variable harga (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,744 > 1,984$) dan nilai F_{hitung} ($53,981$) $> F_{tabel}$ ($0,309$), maka disarankan agar sebaiknya Sam Collection melakukan inovasi pada model tas, menetapkan harga berdasarkan tingkat harga pesaing, dan meningkatkan promosi melalui toko online

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE TO THE BUYING INTEREST OF SAM BAG COLLECTION EAST JAKARTA

ABSTRACT

One of a manufacturer in the fashion sector is Sam Collection; where the producer is focus their self on women's bag products. Sam Collection is a women's bag manufacturer which is located at Jl. Buaran 3, RT 001 RW 015 No. 62 Duren Sawit, and East Jakarta. The aim of this research is for now the quality of a product and the price towards the consumer buying interest of the Sam Collection bags, East Jakarta. This research are use survey method (primary data), secondary data, quantitative approach, a multiple regression analysis technique, with hypothesis test, partially and simultaneously. The result of determination test of the influence of product quality and a price towards the consumer buying interest of the Sam Collection bags are amount 52,7%. With the equation of multiple linear regression, namely: $Y' = 12,701 + 340X_1 + 476X_2$, the meanings of variables quality product (X_1) and price (X_2) towards buying interest (Y) are to have a positive value, with significant value $0,00 < 0,05$, where is the product quality variable (X_1) has t_{count} value $> t_{table}$ value ($4,526 > 1,984$) and the price variable (X_2) has t_{count} value $> t_{table}$ value ($5,744 > 1,984$) and then F_{count} value ($53,981$) $> F_{tabel}$ ($0,309$), so recommended to Sam Collection in order to make an innovation on their design bag style, and set the price based on the competitor level price and then improve and increase their promotion system by online shop.

Keyword : Product Quality, Price, Buying Interest

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bidang *fashion* Indonesia yang sudah begitu pesat, tentu terkait dengan gaya hidup masyarakat dalam berpenampilan sesuai trend perkembangan zaman. Masyarakat modern yang *fashionable* khususnya kaum wanita yang berdaya beli tinggi tentu akan mengikuti trend dunia yang tidak hanya pada pakaian tetapi juga tas yang selalu uptodate. Salah satu produsen dibidang *fashion* adalah Sam Collection, dimana produsen memfokuskan dirinya pada produk tas wanita. Sam Collection merupakan produsen tas wanita yang berlokasi di Jl.Buaran 3, RT 001 RW 015 No. 62 Duren Sawit, Jakarta Timur. Saat ini pemilik usaha yakni Pak Samsudin memiliki 18 orang karyawan yang membantu produksi tas wanita.

Beberapa produk yang tersedia di Sam Collection adalah tas tangan mini, tas tangan sedang, tas tangan besar, tas selempang, tas punggung, dan tas mini yang tersedia dengan model dan pilihan warna yang berbeda. Sam Collection menjual produk secara grosir dan eceran. Pelanggan utama Sam Collection dalam penjualan grosir adalah kios-kios di Pasar Senen Jaya, Jakarta Pusat. Sedangkan untuk penjualan eceran dijual di rumah produksi di Buaran Jakarta Timur. Berdasarkan survei awal, penulis menemukan bahwa desain tas Sam Collection terkesan monoton dan kurang

update, Pemilik Sam Collection mengakui bahwa model desain tas dibuat hanya yang paling mudah, karena untuk membuat model yang rumit butuh biaya tambahan. Menurut Kotler (2009: 143) “kualitas produk didefinisikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.(1)

Sam Collection tidak pernah membandingkan harga dengan pesaing yang menjual tas sejenis dan tidak memperhitungkan persepsi konsumen terhadap harga yang diberikan. Menurut Tjiptono (2017: 201) mengenai penetapan harga yaitu: “Keputusan penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap tingkat harga para pesaing”.(2) Selain itu, Sam Collection hanya mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut dan belum memiliki toko *online shop* sehingga masyarakat kurang mengenal produk Sam Collection. Menurut Alma (2014: 96) mengenai minat beli yaitu : “Minat beli adalah sebuah stimuli yang menimbang factor keuangan, kebiasaan konsumen yang dipadu teknologi, sehingga menimbulkan respon terhadap suatu produk, agar dapat bertahan dan berkembang, serta mampu berkompetisi dalam persaingan bisnis,.(3)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif, analisis regresi berganda, uji hipotesis secara parsial dan simultan, dan sampel sejumlah 100 responden serta populasinya adalah semua pelanggan Sam Collection

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Tas Sam Collection Jakarta Timur.

4. HASIL PENELITIAN

4.1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Variabel	Kategori	Frekuensi	Persent	valid Persen	cumulative Persent
1	jenis kelamin	laki-laki	15	15	15	15
		Perempuan	85	85	85	100
2	usia	15-25	15	15	15	15
		26-35	31	31	31	46
		36-45	36	36	36	82
		46-55	13	13	13	95
		> 56	5	5	5	100
3	Pekerjaan	PNS	11	11	11	11
		Swasta	27	27	27	38
		Pelajar & Mhs wa	21	21	21	59
		Wiraswasta	17	17	17	76
		Ibu R. Tangga	24	24	24	100
4	Pendidikan	Pascasarjana	8	8	8	8
		Sarjana	23	23	23	31
		Diploma	20	20	20	51
		SMA Sederajat	43	43	43	94
		SMP	6	6	6	100

5.2. Uji Realibilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
		.815	14

Dari hasil uji reliabilitas dengan N atau jumlah responden sebanyak 100 dan *N of Items* atau jumlah butir pertanyaan sebanyak 14 butir diperoleh nilai cronbach's Alpha sebesar 0,815, artinya bahwa instrumen Variabel Kualitas Produk (X_1) sudah reliabel karena nilai cronbach's Alpha berada diatas 0,6 sehingga instrumen ini handal atau dapat dipercaya untuk dijadikan alat ukur penelitian.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Harga (X_2)

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
		.756	14

Dari hasil uji reliabilitas dengan N atau jumlah responden sebanyak 100 dan *N of Items* atau jumlah butir pertanyaan sebanyak 14 butir diperoleh nilai cronbach's Alpha sebesar 0,756, artinya bahwa instrumen Variabel Harga (X_2) sudah reliabel karena nilai cronbach's Alpha berada diatas 0,6 sehingga instrumen ini handal atau dapat dipercaya untuk dijadikan alat ukur penelitian.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
		.790	14

Dari hasil uji reliabilitas dengan N atau jumlah responden sebanyak 100 dan *N of Items* atau jumlah butir pertanyaan sebanyak 14 butir diperoleh nilai cronbach's Alpha sebesar 0,756, artinya bahwa instrumen Variabel Minat Beli (Y) sudah reliabel karena nilai cronbach's Alpha berada diatas 0,6 sehingga instrumen ini handal atau dapat dipercaya untuk dijadikan alat ukur penelitian.

4.1. Uji Korelasi dan Determinasi

4.1.1. Uji Korelasi

Analisis Korelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel bebas (Variabel X1 dan X2) dengan variabel terikat (Variabel Y) yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y). Korelasi dapat digunakan bersama dengan regresi untuk menjelaskan variasi variabel Y, dan untuk mengukur derajat hubungan antara 2 (dua) variabel melalui koefisien korelasi. Untuk menguji korelasi menurut Sugiyono (2014: 286) dapat menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment, yang dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS Versi 22.(5)

Tabel 5. Uji Korelasi (X₁) Terhadap (Y)

variabel	Kualitas produk (X1)		Minat Beli (Y)		N
	PC	Sig(2-tailed)	PC	Sig(2-tailed)	
Kualitas produk (X1)	1	-	.605	.000	100
Minat beli (Y)	.605	.000	1	-	100

PC= Pearson Correlation, N=sampel

Dari table 8. nilai korelasi Variabel (X1) dan (Y) diperoleh nilai $r = 0,605$, dengan probabilitas $0,00 < 0,05$. Ini menunjukkan ada korelasi kuat Kualitas Produk dan Minat Beli.

Tabel 6. Uji Korelasi (X₂) terhadap (Y)

	Harga (X2)		Minat Beli (Y)	
	PC	Sig(2-tailed)	PC	Sig(2-tailed)
Harga (X2)	1	-	.653**	.000
Minat Beli (Y)	.653**	.000	1	-
N	100	100	100	100

Dari Hasil table 9. nilai korelasi Variabel Harga (X2) dan Minat Beli (Y) diperoleh nilai $r = 0,653$, dengan probabilitas = $0,00 < 0,05$. Maka hal ini, menunjukkan adanya korelasi antara Harga dengan Minat Beli.

Tabel 7. Uji Korelasi (X₁), (X₂) terhadap (Y)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.726 ^a	.527	.517	2.36937

Dari table 10, korelasi (pada kolom R) Variabel Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂) dan Minat Beli (Y) diperoleh nilai r=0,726, nilai ini menunjukkan ada hubungan kuat antara Variabel (X₁), (X₂) dan (Y).

4.1.2. Determinasi

Analisis koefisien determinan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel kualitas produk (X₁) dan variabel promosi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y), secara simultan, menggunakan *software* SPSS versi 22.

Tabel 8. Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.726 ^a	.527	.517	2.36937

Berdasarkan tabel 11. diperoleh nilai R Square = 0,527. artinya Variabel Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) berpengaruh Terhadap Variabel Minat Beli (Y) pada Sam Collection sebesar 52,7%, sisanya 47,3% dipengaruhi variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2010: 275) Analisis regresi berganda digunakan, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat (kriterium), bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan) nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel bebasnya minimal dua.(6)

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	12.701	5.093		2.494	.014
Kualitas Produk	.340	.075	.367	4.526	.000
Harga	.476	.083	.466	5.744	.000

Dari table 12. Dihasilkan persamaan regresi :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y' = 12,701 + 0,340X_1 + 0,476X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Konstanta (a) sebesar 12,701, artinya jika Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) nilainya = 0, maka Minat Beli (Y') nilainya adalah sebesar 12,701 atau $Y' = a$

Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,340 artinya jika Variabel Harga (X2) nilainya tetap dan

Variabel Kualitas Produk (X1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Variabel Minat Beli (Y') mengalami peningkatan sebesar 13,041 (dari $Y = 12,701 + 0,340$, dari table 12. Model 1).

Koefisien regresi Variabel Harga (X2) sebesar 0,476 artinya jika Variabel Kualitas Produk (X1) nilainya tetap dan Variabel Harga (X2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Variabel Minat Beli (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 13,177 (dari table 12. Model 1) $Y = 12,701 + 0,476 = 13,177$ (1).

4.6. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

a. Uji Hipotesis secara parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial ataupun individu terhadap variabel terikat. kriteria pengujianya adalah :

a. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)

b. Distribusi dengan derajat kebebasan (n-k)

c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

d. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Berikut hasil uji t dengan SPSS.22 :

Tabel 10. Uji Hipotesis Secara Parsial

	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	12.701	5.093		2.494	.014
Kualitas Produk	.340	.075	.367	4.526	.000
Harga	.476	.083	.466	5.744	.000

Dari table 13. di atas, dapat dilihat nilai t_{hitung} Variabel Kualitas Produk adalah 4,526 dengan signifikansi= 0,000, dan $\alpha= 0,05$, dan $df= n-k = 100 - 3 = 97$, diperoleh nilai t_{tabel} untuk pengujian dua pihak sebesar 1,984. Dari hasil uji hipotesis pertama $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y). Nilai t_{hitung} Variabel Harga (X2)

sebesar 5,744 dan nilai signifikansi= 0,000, dan $\alpha= 0,05$, serta $df= n-k= 100-3=97$, diperoleh t_{tabel} pengujian dua pihak = 1,984.

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis kedua adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh positif, Signifikan variable harga (X2) terhadap Y (minat beli)

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas (Kualitas Produk dan Harga) secara Bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Variable Terikat (Minat Beli)

a. Rumusan Hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Harga secara bersamaan terhadap Minat Beli.

H_a : Ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Harga secara bersamaan terhadap Minat Beli.

b. Kriteria Pengujian :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 3) Jika nilai sig. $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 4) Jika nilai sig. $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 11. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	606.089	2	303.044	53.981	.000 ^b
Residual	544.551	97	5.614		
Total	1150.640	99			

Berdasarkan tabel 14. diperoleh F hitung = 53,981 dengan nilai probabilitas (sig)=0,000. Dengan taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$, dan derajat kebebasan $df_1 = k-1$ (jumlah variabel penelitian dikurangi satu) = 2 ,dan $df_2 = n-k$ dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel dalam penelitian ini, maka $df_2 = 100-3 = 97$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09.

Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $53,981 > 3,09$ dan nilai signifikansi < nilai probabilitas atau $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Sam Collection Jakarta Timur

5.KESIMPULAN

1. Berdasarkan uji determinasi diperoleh *R square* sebesar 0,527. artinya Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap Variabel Minat Beli (Y) pada Sam Collection sebesar 52,7% sisanya 47,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Dari Analisis regresi berganda diperoleh persamaan $Y' = 12,701 + 0,340X_1 + 0,476X_2$,artinya Variabel Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) berpengaruh positif terhadap Minat Beli (Y). Nilai t_{hitung} Variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 4,526 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.

2. Nilai t_{hitung} yang diperoleh Variabel Harga (X₂) sebesar 5,744 > nilai t_{tabel} untuk pengujian dua pihak sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ (nilai probabilitas). dan nilai F_{hitung} sebesar 53,981 > F_{tabel} sebesar 0,309.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial dan simultan antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli Pada Sam Collection Jakarta Timur. Permasalahan mengenai kualitas produk pada Sam Collection adalah karena pemilik hanya terfokus pada pengalaman yang dimiliki dan tidak pernah mencoba inovasi baru dalam pembuatan tas, sehingga model-model tas pada Sam Collection terkesan monoton. Mengenai penetapan harga, Sam Collection terbiasa menggunakan bahan baku dari supplier yang ada, sehingga bila ada kenaikan harga bahan baku maka akan meningkatkan biaya produksi dan Sam Collection tidak dapat menekan harga penjualan tas mereka.
4. Sugiyono S. Statistik Untuk penelitian. 17th ed. Bandung: Alfabeta; 2014.
5. Sugiyono S. Metode Penelitian Manajemen. 3rd ed. Bandung: Alfabeta; 2014.
6. Sugiyono S. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2010.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kotler P dan K. Manajemen Pemasaran. 13th ed. Jakarta: Erlangga; 2009.
2. Tjiptono F. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV Andi Offset; 2017.
3. Alma B. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta; 2014.