

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI BATIK BESUREK
PADA TOKO SARI RASA**

Epa Susanti¹, Adi Sismanto²
^{1,2}Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Susantiepa1998@gmail.com

ABSTRACT

This study entitled The effect of Product Price and Quality on Interest in Buying Besurek Batik by Sari Rasa Store Consumers at Soekarno Hatta Street of Anggut Bengkulu City. The formulation of the problem of this research is whether the Price and Quality of Product have a effect on the Interest in Buying Besurek Batik on Sari Rasa Bengkulu Consumer. The purpose of this study is to determine that the effect of Price and Product Quality significantly influence Interest in Buying Besurek Batik.

This research was conducted on Besurek Batik Consumers at the Bengkulu City Sari shop. The research was carried out for 13 days. The population of this study was Consumer Batik Besurek At Bengkulu City Sari Rasa Shop, while the sample of this study was the Consumer Batik Besurek At the City of Bengkulu Sari Rasa Shop, amounting to 91 respondents. The study was conducted in quantitative methods.

Based on the analysis of the study, the results of the study can be concluded that respondents' perceptions on Price (X1) and Product Quality (X2) affect the Purchase Interest (Y) with the results of multiple linear regression of $Y = 2.106 + 0.392 (X_1) + 0.156 (X_2)$. And the coefficient of determination of $R^2 = 0.555$ or 55.5%. Through hypothesis testing in the same time, (simultaneous) and individually (partial) this study using the f test and t test, Price (X1) and Product Quality (X2) = 0.000. This means that the fsig value < 0.050 shows a simultaneous effect which was significant.

Keywords: *Price, Product Quality and Purchase Interest.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran (Kotler, 2000).

Menurut Kotler dan Keller (dalam *Suradi et al.*, 2012), arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk (Harjanto 2009). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk (Tjiptono, *et.al*, 2012).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), dikutip dalam Aditya Hermawan dan Harti (2013) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Perusahaan hendaknya mampu menciptakan produk yang tangguh agar mampu bersaing di pasaran. Selain itu kualitas produk menjadi penting, karena dengan terciptanya produk yang unggul dan baik maka akan mendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk tersebut. Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat”.

Adanya perbedaan harga dan kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi minat beli konsumen. Dimana konsumen akan mencari harga yang lebih rendah untuk memuaskan kebutuhannya serta mencari kualitas barang yang bagus. Seperti halnya dalam pembelian batik besurek konsumen akan mencari harga yang rendah dan menginginkan kualitas produk yang baik.

Selama tiga bulan terakhir yaitu bulan Oktober-Desember tahun 2019, Toko ini mengalami penurunan jumlah peminat terhadap batik besurek. Adanya ketidakpuasan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk batik itu sendiri berdampak pada pencapaian Toko. Berdasarkan pengalaman konsumen dalam membeli produk batik ini mereka sering tidak puas terhadap kualitas produk dan harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Inilah yang menjadi masalah pada penurunan minat beli. Menurunnya jumlah peminat batik mengakibatkan toko ini tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan. Hal ini di buktikan dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan yaitu mbak Mika pada hari/tanggal Kamis, 23 Januari 2020 pukul 13.30 di Toko Sari Rasa Jl. Soekarno Hatta Anggut Atas Kota Bengkulu.

Berikut adalah tabel hasil observasi dari penjualan batik besurek selama tiga bulan terakhir pada Toko Sari Rasa.

Tabel 1
Target dan Pencapaian penjualan batik besurek
Pada bulan Oktober – Desember 2019

Bulan	Target	Tercapai
Oktober	115	111
November	115	115
Desember	115	113

(Sumber Data : Toko Sari Rasa)

Berdasarkan tabel di atas target dan pencapaian penjualan pada Toko Sari Rasa tidak tercapai. Permasalahan lain yang terdapat pada Toko Sari Rasa adalah pada harga. Harga batik di toko ini mencapai Rp.200.000 dan yang berbentuk songket mencapai 1.000.000. Inilah yang menjadi masalah dalam toko ini. Konsumen merasa harga batik besurek tersebut mahal. Harga batik besurek di Toko Sari Rasa ini tidak pernah turun

ataupun mendapatkan potongan harga .Selain itu harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produk, dan harga batik besurek tidak bisa dijangkau oleh semua masyarakat umum. Hanya kalangan tertentu saja yang biasa membeli batik besurek dengan harga yang mahal.

Bukan hanya pada harga saja yang terdapat permasalahannya, tetapi terdapat juga pada kualitas produk. Kualitas dari batik besurek yang dijual di Toko Sari Rasa ini kebanyakan bahannya masih standar atau kurang bagus. Bahan yang bagus dari toko ini yaitu hanya bahan katun. Masalah yang dirasakan oleh konsumen yaitu ketika mereka membeli batik besurek mereka sering mengeluhkan kualitas dari batik besurek yaitu apabila dipakai mudah memudar warnanya dan kualitas jahitannya kurang bagus. Selain itu produk batik besurek yang dijual di toko sari rasa juga tidak bervariasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen batik besurek pada toko sari rasa Di Jalan Soekarno Hatta Anggut Atas Kota Bengkulu, dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Alasan pemilihan ini bertujuan karena informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari sasaran yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki. Konsumen yang diteliti di Toko Sari Rasa Di Jalan Soekarno Hatta Anggut Atas Kota Bengkulu ini berjumlah 91 responden yang berada di Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada responden yang menjadi objek sasaran dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Yaitu metode *multivariate analysis* yang menggunakan perhitungan statistik yang dianalisis menggunakan program SPSS. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

HASIL PENELITIAN

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan t_{tabel} ($t_{a/2} (n-k-1) = 91-2-1 = 88$ (1.987) setiap variabel sebagai berikut :

1. Harga yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($5.335 > 1.987$) dan ($sig < \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Harga (X_1) terhadap Minat Beli pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.
2. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel Kualitas Produk (X_2) yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.835 > 1.987$) dan ($sig < \alpha = 0,006 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.
3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel Harga (X_1) sebesar 2.835 dan variable Kualitas Produk (X_2) sebesar 5.335.

Hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 54.891 dengan nilai F_{tabel} sebesar 1.829 yaitu ($54.891 > 1.829$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya secara simultan variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Harga memiliki pengaruh terhadap Minat Beli. Hal ini terlihat pada Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan koefisien beta bertanda positif, hal tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh Harga terhadap minat beli adalah positif atau dapat diartikan bahwa semakin besar Harga yang diberikan akan semakin besar pula minat beli konsumen pada Batik Besurek

Angipora (1999) menyatakan bahwa suatu harga berpengaruh terhadap pembelian. Pada saat pelanggan melakukan evaluasi dan penilaian terhadap harga dari suatu produk maka akan sangat dipengaruhi oleh perilaku pelanggan itu sendiri (Voss dan Giroud, 2000). Pergeseran-pergeseran paradigma, dinamika sebuah gaya hidup, serta berbagai perubahan lingkungan lain telah banyak memberikan dampak pada bagaimana seorang konsumen memandang harga dari produk/jasa yang akan dikonsumsinya (Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E., 2020., Putri, W. P., & Sismanto, A. (2020)

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Batik Besurek. Hal ini menunjukkan semakin baik Kualitas Produk yang diberikan Batik Besurek akan meningkatkan Minat Membeli konsumen. Konsumen memutuskan berbelanja di Toko Sari Rasa dilihat dari informasi yang diberikan penjual sesuai dengan produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2000) kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Menurut Swastha (2000) mendefinisikan Kualitas Produk yang baik dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam menciptakan Minat Beli yang maksimal, serta dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Hal ini Juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Bayu Prawira dan Ni Nyoman Kerti Yasa, (2014) yang memasukkan kualitas produk sebagai salah satu variabel dalam penelitiannya Menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Hal ini berarti bahwa variabel independen dan dependen memiliki hubungan yang kuat dan berpengaruh positif. Harga dan Kualitas Produk merupakan penentu terhadap Minat Beli Batik Besurek yang artinya semakin rendah harga yang diberikan kepada konsumen dan Kualitas Produk yang baik yang dirasakan konsumen maka akan menciptakan Minat Beli Batik Besurek pada toko Sari Rasa. Ketika Harga dan Kualitas Produk sudah memuaskan konsumen, maka yang dicari oleh konsumen adalah seberapa banyak keuntungan yang dapat diperoleh oleh konsumen. Melalui harga yang diberikan dan Kualitas Produk yang baik dirasakan oleh konsumen akan meningkatkan Minat Beli Batik Besurek yang berbelanja di Toko Sari Rasa. Hal ini berarti Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Batik Besurek pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu. Maka dilihat dari hasil

uji menyatakan Harga yang lebih dominan berpengaruh terhadap Minat Beli Batik Besurek pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu. Dengan adanya variasi Harga Konsumen akan lebih senang membeli barang karena bisa menghemat pengeluaran.

Menurut pendapat Dewa (2009) dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa harga terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) memiliki pengaruh terhadap Minat Beli (Y), hal ini terlihat pada uji F yang menyatakan nilai $F_{hit} > F_{tabel}$, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima artinya secara bersamaan variabel Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli pada Pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga (X₁) terhadap Minat Beli (Y) Batik Besurek pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap Minat Beli (Y) Batik Besurek pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) Batik Besurek pada Toko Sari Rasa Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah dan Prasetyo. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Arkola.
- Aditya Hermawan dan Hartati, 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 920 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1 No 6 November 2013.
- Andawari, Anindia Rachma dan Kamal (2014): *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Stove Syndicate Café Semarang* oleh mahasiswa universitas diponegoro, jurnal Ilmu dan Riset Vol 3, No 13 (2014)
- Angipora, 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Astuti, Sri Rahayu Tri. (2010). *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, (2013). **Pengertian Minat Beli**, , p.58 <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6292/Bab%202.pdf?sequence=9> (diakses pada tanggal 21 Januari 2017)
- Fandy, Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Andy Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hansen & Mowen. 2004. *Manajemen Biaya, Edisi Bahasa Indonesia*. Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Harjanto, J.O. 2009. *Inovasi Produk dan Ekspektasi Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*
- Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, p., & Armstrong. G. (2011). *Principle Of Marketing, 10 th edition /international Edition. New Jersey. Prentice*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management* Fourteenth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, jilid I dan II. Jakarta: PT. Indeks
- Ma'ruf, (2006) *Pemasaran Ritel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta: KOBIS
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. BPFE. Yogyakarta.
- Putri, W. P., & Sismanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2).
- Setiawan, Andre. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan yang Tergabung pada Jakarta Islamic Index*. Skripsi Gelar Sarjana. Unniversitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Stiadi Nugroho J. 2011. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Bandung.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi Purwanto. 2004. *Stastika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012) *Pemasaran Strategik*, Edisi 2. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.