

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT  
BELI PELANGGAN PADA PERUSAHAAN MEBEL UD. LUMINTU  
TEGALSARI - AMBULU**

**KASKOJO ADI**

**FITRIANI OKTARINA**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pelanggan secara simultan dan parsial. Populasi pada penelitian ini sebanyak 125 responden dan sampel yang diteliti sebanyak 96 responden. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling.

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pelanggan dengan nilai F sebesar 30,674 dan nilai signifikan 0,000<sup>a</sup>. Secara parsial kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pelanggan dengan t sebesar 2,685 dan nilai signifikan 0,009. Sedangkan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pelanggan dengan t 4,953 dan nilai signifikan 0,000.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Minat Beli**

## I. PENDAHULUAN

Pada perusahaan manufaktur terutama yang bergerak di bidang industri mebel, kualitas produk sangat diutamakan demi memuaskan konsumen, disamping itu tinjauan harga yang ekonomis juga sangat penting bagi konsumen karena penetapan harga dapat mengakibatkan keputusan membeli atau tidak bagi konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk itu merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas, reliabilitas, ketepatan*, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Salah satu tujuan dari penetapan harga yang ekonomis dan menjaga kualitas produk adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk buaatannya sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan.

Di daerah Ambulu terdapat banyak usaha industri, salah satu usaha yang cukup baik perkembangannya adalah perusahaan mebel UD. Lumintu yaitu merupakan

salah satu unit usaha yang bergerak dalam industri mebel yang cukup besar di daerah Ambulu. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang cukup lama berdiri dan masih tetap bertahan dan berkembang hingga sekarang.

Perusahaan tidak akan mampu berkembang dan bersaing tanpa menjamin kualitas produknya, serta harga yang sesuai harapan pelanggan. Selain itu agar kualitas produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi maka perusahaan UD. Lumintu memilih kayu yang berkualitas serta pewarna kayu yang memiliki kualitas tahan lama agar warna tidak mudah pudar dan tetap mengkilat. Untuk mendorong keinginan membeli produk perusahaan UD. Lumintu mendesain hasil produk mebelernya dengan desain yang ditampilkan semenarik mungkin dimata konsumen. Selain memikirkan kualitas produk untuk menimbulkan minat beli konsumen tentunya perusahaan juga memikirkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan agar menumbuhkan minat

membeli konsumen atau keputusan membeli. Harga yang ditawarkan pada perusahaan UD. Lumintu ini diupayakan murah. Hal ini dilakukan agar stok barang cepat habis dan supaya tidak ketinggalan model atau tren.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara

simultan dan parsial terhadap minat beli pelanggan pada perusahaan mebel UD. Lumintu tegalsari Ambulu? Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan pada Perusahaan Mebel UD. Lumintu Tegalsari Ambulu”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Produk

Goets dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2005) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Konsep itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk mampu memberi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2005).

Indikator kualitas produk menurut Kotler (2007:10) adalah :

- a. *Durability* (daya tahan)
- b. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
- c. *Features* (fitur)
- d. *Reliability* (keandalan)

### 2.2 Harga

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena harga mempengaruhi keuntungan dari perusahaan, harga dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan, apabila produk yang dihasilkan berkualitas maka harga yang ditetapkan sesuai dengan yang dihasilkan. Menurut Tjiptono (2008),

“harga merupakan tujuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan”. Menurut Kotler (2008), “menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk produk atau jasa”.

Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atau investasi, biasanya besar keuntungan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkan (Harini, 2008). Berdasarkan pengertian yang telah disampaikan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan satuan moneter agar memperoleh hak kepemilikan dan mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk yang dihasilkan dan pelayanannya

Menurut Kotler (2007:102) indikator yang mencerminkan harga yaitu:

a. Keterjangkauan harga

b. Kesesuaian harga terhadap kualitas produk

c. Daya saing harga

d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

### 2.3 Minat Beli

Simamora (2004) menyatakan bahwa minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekat atau mendapatkan obyek tersebut. Sehingga minat beli merupakan tingkah laku seorang individu untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Selanjutnya Schiffman dan Kanuk (2004) menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli.

Menurut Suwandari dalam Muhammad dan Hanifa (2014:141), indikator seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

a. *Attention* (perhatian)

b. *Interest* (ketertarikan)

- c. *Desire* (keinginan calon konsumen untuk memiliki)
- d. *Action* (tindakan)

#### **2.4 Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli**

Dalam meningkatkan keuntungan perusahaan dan pengembangan perusahaan tentunya tidak lepas dari keinginan membeli dari pelanggan, di dalam peningkatan keuntungan tersebut perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas agar tidak kalah dengan produk pesaing. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Sofyan Assauri (2008) mengartikan kualitas sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang/hasil yang menyebabkan barang/hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang/hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan. Dari pendapat Sofyan Assauri, maka dapat dijelaskan bahwa kualitas produk merupakan hasil dari yang didapat dari apa yang telah dihasilkan sesuai dengan tujuan pembuatannya dengan hasil yang dibutuhkan. Karena apabila produk itu disukai oleh konsumen maka konsumen akan memikirkan ulang

apakah konsumen akan membeli dari produk yang dihasilkan perusahaan tersebut atau tidak. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Fandy Tjiptono (2005:3) bahwa minat membeli seseorang dipengaruhi oleh harga, kualitas, kinerja.

#### **2.5 Hubungan Harga dengan Minat Beli**

Menurut Husein Umar (2003) kualitas produk akan memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi konsumen, sedangkan harga akan menjadi salah satu pilihan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. produk dengan harga yang murah, fasilitas yang mudah didapatkan dan murah akan meningkatkan minat beli konsumen. Demikian halnya dengan semakin murah produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang telah mendapatkan *brand image* maka minat beli konsumen juga akan mengalami peningkatan.

#### **2.6 Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan pada tinjauan pustaka, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>a1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli pelanggan secara simultan

H<sub>a2</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap

minat beli pelanggan secara parsial

H<sub>a3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli pelanggan secara parsial.

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2010:2). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16 untuk mempermudah dalam pengolahan dan analisis data. Tahapan yang dilakukan dalam pengolahan data adalah :

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah dalam persamaan garis linier bisa dipergunakan untuk melakukan peramalan. Uji asumsi klasik meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghazali, 2007:83).

#### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi

analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2010:277).

Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2007:84).

##### b. Uji t (Parsial)

Ghozali (2007:84) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogrov-Sminov Z* 0,842 dan *Asyim. Sig* 0,478 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residu data yang telah diolah berdistribusi normal dan lulus uji asumsi klasik.

#### b. Uji Multikolearitas

Dari hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan  $VIF < 10$  dan  $tolerance > 0,1$ . Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas

yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki  $t$  hitung  $< t$  tabel dan mempunyai nilai  $sig > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

### 4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dari hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa nilai koefisien

determinasi adalah sebesar 0,385, hal ini berarti bahwa 38,5% minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas produk dan harga, dan sisanya sebesar 61,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

### 4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,898 + 0,272X_1 + 0,428X_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- a. Konstanta ( $a$ ) = 4,898

Nilai konstanta positif sebesar 4,898, artinya jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ),

maka minat beli konsumen akan sebesar 4,898.

- b. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen pada perusahaan UD. Lumintu Ambulu yaitu sebesar 0,272 artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel sebesar 1 satuan, maka akan meningkat sebesar 0,272.

- c. Variabel Harga ( $X_2$ )

Variabel harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen pada perusahaan UD. Lumintu Ambulu yaitu sebesar 0,428 artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel sebesar 1 satuan maka akan meningkat 0,428.

### 4.4 Uji Hipotesis

- a. Uji F

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 30,674 nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 3,09. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli ( $Y$ ).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA<sup>p</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.291	2	55.646	30.674	.000 <sup>a</sup>
	Residual	168.709	93	1.814		
	Total	280.000	95			

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: MINAT BELI

## b. Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.898	1.540		3.180	.002			
	KUALITAS PRODUK	.272	.101	.251	2.685	.009	.488	.268	.216
	HARGA	.428	.086	.464	4.953	.000	.592	.457	.399

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat hasil uji t dari setiap variabel X sebagai berikut:

1)  $X_1$  (Kualitas Produk)

$t_{hitung} = 2,685$  dimana,  $2,685 > 1,661$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan meubel UD. Lumintu Ambulu.

2)  $X_2$  (Harga)  $t_{hitung} = 4,953$

dimana,  $4,953 > 1,661$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat beli konsumen pada perusahaan meubel UD. Lumintu Ambulu.

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu, diketahui secara simultan atau keseluruhan dari kedua variabel yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pelanggan (Y) pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggitan (2013).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu. Hasil tersebut mendukung penelitian Anggitan (2013). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa menjaga daya tahan

produk, menjaga kesesuaian produk terhadap kualitas produk, serta mendesaian fitur- fitur produk semenarik mungkin dan menjaga produk agar dapat memuaskan konsumen, sehingga semakin tinggi usaha perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya maka semakin besar kesempatan agar konsumen memiliki minat untuk memiliki produk yang diciptakan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu. Hasil tersebut memperkuat penelitian Anggitan (2013). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa, keterjangkuan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta daya saing harga sangat mempengaruhi alasan konsumen dalam memiliki produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

## V. KESIMPULAN

Secara simultan variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu. Secara

parsial variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada perusahaan mebel UD. Lumintu Ambulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: LPFEUI.
- Aldan Naifkar Annafik. 2012. *Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen sepeda motor yamaha* (online), (<http://naifkar-annafik-aldan.blogspot.com/2012/analisis-kualitas-produksi-dan-harga-terhadap-minat-beli-konsumen>, diakses 12 November 2015 )
- Anggitan Rizana Aulia Rizki. 2013. *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan minat beli ulang sebagai variabel intervening* (online) ([http://rizana-aulia.blogspot.com/analisis-pengaruh-kualitas-kualitas-produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan minat beli ulang sebagai variabel intervening](http://rizana-aulia.blogspot.com/analisis-pengaruh-kualitas-kualitas-produk-harga-dan-promosi-terhadap-loyalitas-pelanggan-dengan-minat-beli-ulang-sebagai-variabel-intervening)(online), diakses 15 November 2015)
- Bintarto, R. 1989. *Buku Geografi Sosial*. Yogyakarta: UP Spring
- David. *Pemasaran Strategis*. cetakan keempat. Ciracas Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS (jilid IV)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Husein, Umar. 2003: *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2004. *Prinsip – prinsip Marketing. Edisi Ketujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jakarta : PT. Indeks
- Muhammad, Hanifa. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurna Sei Mencrim Medan*. Jurnal Manajemen & bisnis. Vol 14. No 02. Oktober 2014
- Purwati, Heri Setiawan, Rohmawati. (2012). *Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda matic studi kasus pada PT. Nusantara Solar sakti*. Jurnal Ekonomi dan

- Informasi Akuntansi(jenius) .  
vol 2 no.3, Septemer 2012.
- Puspita ringga sarah jayanti, 2010.  
*Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang ponsel samsung di wilayah Surabaya (online)*, (<http://ringga-sarah-puspita.blogspot.com/2010/pen-garuh-kualiatas-produk-dan-harga-terhadap-minat-beli-ulang-ponsel-samsung>, diakses 12 November 2015)
- Sandi, I Made. 1985. Republik Indonesia Geografi Regional. Jakarta : Puri Margasari.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, edisi 7. Jakarta : Indeks
- Simamora, 2004.*Riset Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono.2006.*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung : Alfabeta
- Surianto purwoko, 2010.*Model Perilaku Pengambilan keputusan*.Jurnal Tipologi Pengambilan keputusan.
- Tjiptono Fandy(2005). *Total quality service*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta
- Tjiptono Fandy (2008). *sStrategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Z. Heflin Frinces. 2010. *Pentingnya profesi wirausaha di Indonesia*. Jurnal ekonomi dan pendidikan.Volume 7 nomor1, April 2010.