

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS: PEMBELIAN PAKAIAN PADA PUSAT KONVEKSI DI KAMPUNG BULAK TIMUR, CIPAYUNG, DEPOK

¹Ade Rachmawati Nurfitri

²Dimiyati

¹Universitas Gunadarma, ade_rm@staff.gunadarma.ac.id

²Universitas Gunadarma, dimiyati@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk yang berupa pakaian, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motif, bahan pakaian, lokasi serta faktor harga dan kualitas produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk jenis produk yaitu pakaian, baik secara parsial maupun simultan. Metode analisis data adalah menggunakan data primer kuantitatif, dengan melakukan beberapa tahap pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan pengujian koefisien determinasi. Data yang diperoleh berasal dari pengisian instrument kuesioner dengan perolehan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah bahwa secara parsial variabel persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis, konsumen akan semakin selektif dalam memilih produk pakaian. Begitu banyak produsen dan pedagang yang menjual pakaian dengan penawaran harga yang beragam. Harga adalah faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Secara umum, konsumen sangat mempertimbangkan dan membandingkan, antara faktor harga pakaian dengan kualitas produk. Konsumen mengharapkan pihak penjual dapat memberlakukan harga yang sebanding dengan kualitas produk. Jika kualitas dari suatu produk baik dan memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen, maka konsumen tidak mempersoalkan harga yang harus dibayar, karena konsumen cenderung

sudah merasa senang dan puas dengan mendapatkan produk yang mempunyai kualitas baik.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
3. Apakah persepsi harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah variabel yang digunakan hanya variabel persepsi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen. Studi dilakukan terhadap responden yang sudah pernah

membeli pakaian pada pusat konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pengaruh variabel persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen untuk produk pakaian, pada pusat konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok.

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan pokok bahasan yang serupa. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan informasi bagi usaha konveksi terkait, untuk memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk pakaian, pada pusat konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan terhadap masalah yang berupa fakta saat ini dari suatu populasi, dengan tujuan menguji hipotesis terkait dengan *current status* dari subjek yang diteliti (Digdowiseiso, 2017).

Penelitian ini dilakukan terhadap responden yang sudah pernah membeli pakaian pada pusat konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada 100 responden. Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data dari responden dengan melakukan pengisian kuesioner. Hasil pengisian kuesioner yang terkumpul sebanyak 100 eksemplar yang digunakan sebagai data primer pada penelitian ini.

Tahap pengujian pada penelitian ini yaitu dilakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas,

heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji T, dengan menggunakan data yang berasal dari pengisian kuesioner oleh 100 orang responden, dengan alat bantu pengujian SPSS. Pengujian validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan program SPSS for Windows Versi 25.

Tahapan penelitian diawali dengan melakukan pengkajian terhadap fenomena yang terjadi, dilanjutkan dengan menyimpulkan dugaan masalah dan variabel yang terkait, serta menyebarkan kuesioner awal kepada 30 orang responden untuk pengujian validitas dan reliabilitas data. Setelah diketahui data awal valid dan reliabel, maka penyebaran kuesioner lanjutan dilakukan dan terkumpul 100 eksemplar kuesioner sebagai data primer. Alat bantu yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah menggunakan *software* SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidak suatu instrument penelitian, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dengan masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Dalam penelitian ini pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS for Windows Versi 25. Pengambilan keputusan pada nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) $> r_{tabel}$ sebesar 0,378 maka instrument dinyatakan valid dan sebaliknya.

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil uji validitas seluruh instrumen untuk variabel persepsi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian adalah valid, dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,361.

Uji Reliabilitas

Suatu variabel adalah reliabel jika jawaban terhadap pertanyaan atau pernyataan menunjukkan konsistensi. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka instrumen variabel dinyatakan reliabel dan sebaliknya, yang dilakukan dengan program SPSS for Windows Versi 25 dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Adapun hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut ini. Tabel 3 menunjukkan bahwa uji reliabilitas terhadap 30 responden dengan 16 item pada instrument kuesioner dinyatakan *reliabel*. Nilai "Cronbach Alpha" sebesar 0,855 yang berarti lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa alat ukur dalam penelitian ini *reliabel* atau memenuhi syarat.

Tabel 4 menunjukkan bahwa reliabilitas pada setiap item instrument kuesioner dinyatakan reliabel. Nilai "Cronbach Alpha" sebesar 0,894 lebih besar dari 0,60 berarti bahwa alat ukur dalam penelitian ini *reliabel* atau memenuhi syarat.

Uji Normalitas

Uji normalitas menghasilkan grafik normal probability plot yang tampak pada Gambar 1 berikut ini.

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa dalam grafik normal p-plot of regression standardized residual menunjukkan pola yang normal, terlihat titik disekitar garis diagonal, dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa regresi layak digunakan dan sesuai asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Menurut Ghazali (2018) pengujian multikolinearitas dapat diamati melalui

Variable Inflation Factor (VIF) dengan syarat $VIF < 10$, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Setelah dilakukan uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen sebesar $1,132 < 10$ dan nilai *tolerance* semua variabel independen sebesar $0,884 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dari residual pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut Heteroskedastisitas, jika tetap maka disebut Homokedastisitas.

Berdasarkan hasil output pada Gambar 2 di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak serta tidak membentuk pola yang jelas. Dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengestimasi dan meramalkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Setelah dilakukan perhitungan regresi linier berganda, diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel Persepsi harga (X1) sebesar 0,083, kualitas produk sebesar 0,469, sedangkan nilai konstanta sebesar 9,910. Hasil dari nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan apabila nilai suatu variabel independen ditingkatkan sebesar satu satuan, maka variabel dependen akan meningkat sebesar hasil satuan. Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 9,910 + 0,083 X_1 + 0,421 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 9,910, menunjukkan bahwa jika variabel Persepsi harga (X₁), kualitas produk (X₂) diasumsikan dengan kondisi konstan atau bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 9,910.
- b. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga (X₁) sebesar 0,083, berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan searah, artinya jika harga naik maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat. Hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak merasa keberatan dengan adanya kenaikan harga produk pakaian di pusat konveksi tersebut, jika dibandingkan konsumen membeli produk pakaian di tempat lain, seperti di mall yang harganya lebih tinggi.
- c. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X₂) sebesar 0,421, mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini menunjukkan hubungan yang searah, artinya jika kualitas produk (X₂) meningkat maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat. Artinya bahwa konsumen setuju dengan peningkatan kualitas pada produk pakaian di pusat konveksi tersebut.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial pada penelitian ini menggunakan derajat signifikansi yaitu 0,05. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji t dapat diketahui masing – masing variabel sebagai berikut :

- a. Uji Hipotesis secara parsial variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian.
Hasil analisis uji t untuk variabel persepsi harga diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya secara parsial variabel persepsi harga tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.
- b. uji hipotesis parsial variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
Hasil analisis uji t untuk variabel kualitas produk menunjukkan hasil signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Uji F (simultan)

Jika probabilitas signifikansi $F < 0,05$, yang berarti bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen dan sebaliknya.

Dari hasil uji secara simultan diketahui bahwa hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan analisis untuk mengukur besarnya persentase semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Tingkat ketepatan suatu garis regresi dapat diketahui dari besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R^2 .

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R square) diperoleh hasil sebesar 0.233 yang artinya bahwa sebesar 23,3 persen dari variabel bebas yaitu persepsi harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap

variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sebesar 76,7 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti, seperti variabel lokasi, ketersediaan informasi dan promosi.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas (30 Responden)

Variabel	Pertanyaan/Pernyataan	Correct Item – Total Corelation (R Hitung)	R tabel	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	X1.1	0,871	0,361	Valid
	X1.2	0,829	0,361	Valid
	X1.3	0,829	0,361	Valid
	X1.4	0,833	0,361	Valid
	X1.5	0,708	0,361	Valid
	X1.6	0,861	0,361	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,601	0,361	Valid
	X2.2	0,667	0,361	Valid
	X2.3	0,897	0,361	Valid
	X2.4	0,917	0,361	Valid
	X2.5	0,895	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,596	0,361	Valid
	Y.2	0,865	0,361	Valid
	Y.3	0,943	0,361	Valid
	Y.4	0,898	0,361	Valid
	Y.5	0,861	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas (100 Responden)

Variabel	Pertanyaan/Pernyataan	Correct Item – Total Corelation (R Hitung)	R tabel	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	X1.1	0,839	0,196	Valid
	X1.2	0,855	0,196	Valid
	X1.3	0,885	0,196	Valid
	X1.4	0,842	0,196	Valid
	X1.5	0,755	0,196	Valid
	X1.6	0,809	0,196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,577	0,196	Valid
	X2.2	0,657	0,196	Valid
	X2.3	0,865	0,196	Valid
	X2.4	0,863	0,196	Valid
	X2.5	0,861	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,704	0,196	Valid
	Y.2	0,893	0,196	Valid
	Y.3	0,829	0,196	Valid
	Y.4	0,839	0,196	Valid
	Y.5	0,794	0,196	Valid

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden)

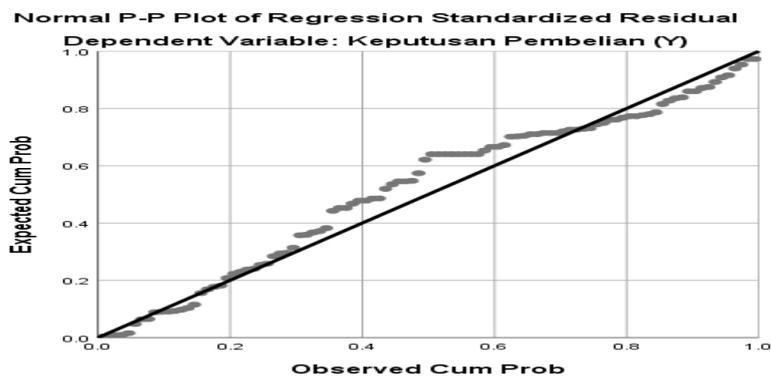
Cronbach's Alpha	N of items
0,855	16

Sumber: Data primer, 2022

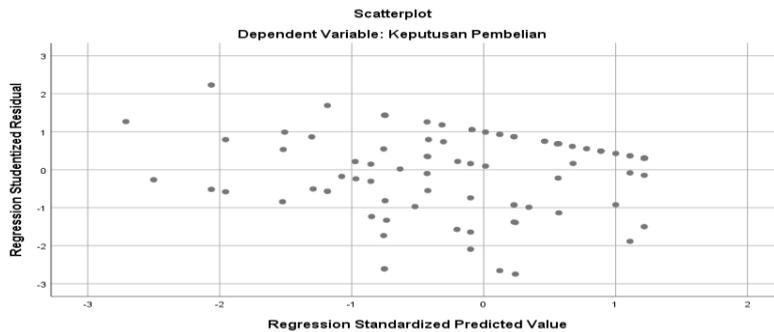
Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas (100 Responden)

Cronbach's Alpha	N or items
0,894	16

Sumber: Data primer, 2022



Gambar 1. Grafik P-Plot



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil ini sejalan dengan penelitian Gain, Herdinata dan Sienatra (2017), Sari dan Prihartono (2021) dan penelitian Sahara dan Prakoso (2020).

Berdasarkan hasil analisis pada uji simultan diketahui bahwa persepsi

harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sari dan Prihartono (2021), Sahara & Prakoso (2020) dan penelitian Sari dan Harti (2021).

Persepsi harga merupakan variabel yang dipertimbangkan konsumen pada saat akan melakukan pembelian khususnya produk pakaian. Sebaliknya, bagi pelaku usaha konveksi terkait, yang juga adalah sekaligus penjual, faktor harga adalah penentu sukses atau tidaknya usaha tersebut. Maka pelaku usaha perlu mencermati harga-harga yang berlaku pada produk pakaian, agar konsumen tertarik membeli dan menjadi konsumen loyal. Kualitas produk yang baik pada produk pakaian, menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam melakukan pembelian, serta dapat menimbulkan dampak positif yaitu konsumen menjadi puas, karena kebutuhan akan produk pakaian terpenuhi.

Saran

Saran kepada peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang serupa adalah agar menambah beberapa variabel yang belum dibahas pada penelitian ini seperti variabel promosi, ketersediaan informasi dan harga, serta melakukan penelitian pada pusat konveksi atau pusat penjualan pakaian di daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). "Manajemen bisnis pemasaran," Rajawali Pers. Depok.
- Digdowiseiso. (2017). "Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis." Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. Jakarta.
- Faedah, N. (2016). "Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian lea pada showroom lea di samarinda." *Electronic Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4 (1), 237–249. 2355-5408.
- Gain, R., Herdinata, C. & Sienatra, K. B. (2017). "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt." *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2 (2), 142-150. 25274635
- Ghozali, I. (2016). "Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS". Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi analisis multivariate SPSS 25 edisi 9. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nasution, H. F. (2018). "Pengaruh kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online (Studi kasus mahasiswa belanja online pada Febi IAIN Padang Sidempuan)". *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4 (1), 26-39. 10.24952
- Rorong, G.A., Tamengkel, L. F. & Mukuan, D. D. S. (2021). "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan." *Productivity*, 2 (3), 228-233. 2723-0112.
- Sahara, N. I. & Prakoso, F. A. (2020). "Pengaruh kualitas produk dan hargaterhadap keputusan pembelian konsumen lazada (Studi di wilayah Jakarta selatan)." *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1-11. 2776-1177.
- Sari, I. R. & Harti. (2021). "Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian." *Akuntabel*, 18 (3), 444-451. 0216-7743.
- Sari, R. M. & Prihartono. (2021) "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk spre rise)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 5 (3), 1171-1184. 2541-5255.

Siregar, S. (2016). "Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17." Penerbit PT Raja Grafindo Persada.