

## PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA PD MALIK BUDI

Cindy Sekar Fuji Rahayu dan Dr Nur Aisyah F. Pulungan S.E., M.M

Universitas Mercu Buana

[cindysekar19@gmail.com](mailto:cindysekar19@gmail.com); [nur.aisyah@mercubuana.ac.id](mailto:nur.aisyah@mercubuana.ac.id)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada PD Malik Budi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di PD Malik Budi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* statistik IBM SPSS (Statistical Program Social Scientist) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan desain produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian

**Abstract.** *This study aims to analyze the effect of price, product quality and product design on purchasing decisions at PD Malik Budi. The population in this study are consumers who have made purchases at PD Malik Budi. The number of samples used was 100 respondents, calculated based on the Rao purba formula. Sampling method using purposive sampling. Methods of data collection using survey methods, with research instruments using questionnaires. The data analysis method in this study used statistical software IBM SPSS (Statistical Program Social Scientist) version 25. The results of this study indicate that the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a significant and significant effect on purchasing decisions, and product design has a significant and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Price; Product Quality; Product Design; Purchase Decision.

### PENDAHULUAN

Pada era pandemi *Covid-19* industri mebel mengalami kemunduran karena mobilitas masyarakat yang terbatas dan perekonomian yang tidak stabil. Namun para pengusaha industri mebel terus berkembang dengan membuat inovasi baru sehingga sektor industri mebel dapat bangkit kembali di masa endemi *Covid-19*.

Industri mebel merupakan industri yang mengolah bahan baku kayu, rotan dan bambu menjadi produk bahan jadi yang dapat memenuhi kebutuhan parabol rumah tangga seperti kursi, almari, kusen, dipan dan lain-lain yang mempunyai kegunaan dan nilai tambah yang tinggi. Industri mebel terus berkembang karena didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan pengrajin yang kreatif dan inovatif sehingga dapat terus berkembang mengikuti perkembangan zaman.

PD Malik Budi merupakan industri mebel yang didirikan sejak tahun 1998 hingga saat ini. Perusahaan ini memiliki target pasar mulai dari masyarakat kalangan bawah, menengah, hingga masyarakat kalangan atas. Produk yang ditawarkan beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Namun, pada masa pandemi *Covid-19* penjualan PD Malik Budi mengalami fluktuasi yang mengakibatkan terjadinya peningkatan dan penurunan pada penjualannya. Berdasarkan data penjualan PD Malik Budi dari tahun 2017-2021 terjadi fluktuasi dimana kondisi tersebut mengalami ketidakstabilan penjualan pada setiap tahunnya. Penurunan tersebut disebabkan oleh kualitas kayu dan harga bahan baku kayu jati yang cukup tinggi. Selain itu, pada tahun 2019 terjadi pandemi *Covid-19* yang mempengaruhi keputusan pembelian karena pada saat itu perekonomian di Indonesia tidak stabil. Tetapi terdapat faktor – faktor lain yang menyebabkan fluktuasi, sehingga peneliti melakukan pra survei kepada 30 konsumen PD Malik Budi untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pra survei diperoleh bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk dan desain produk. Ketiga faktor tersebut mempengaruhi konsumen ketika akan membeli suatu barang, konsumen tentunya akan membandingkan barang berdasarkan harga, kualitas produk dan desain produk dengan pesaing yang lain. Oleh karena itu banyak perusahaan yang memproduksi barang dengan harga terjangkau dan berkualitas dengan desain produk yang bervariasi agar dapat menarik minat konsumen saat akan melakukan keputusan pembelian.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan informasi kepada perusahaan sebagai gambaran dan pertimbangan dalam memecahkan masalah khususnya mengenai harga, kualitas produk dan desain produk. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## KAJIAN TEORI

Menurut Kotler, Philip, dan Keller (2016) manajemen pemasaran didefinisikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Dalam manajemen pemasaran terdapat bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) bauran pemasaran (*Marketing Mix*) mencakup empat hal pokok meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Menurut Fandy Tjiptono (2014) “keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”. Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat empat indikator keputusan pembelian, yaitu :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

Menurut Hasan (2014) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanan dari suatu produk. Menurut Kotler Kotler dan Armstrong (2016) indikator harga meliputi:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Kesesuaian harga dengan daya saing harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk berhubungan dengan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk ke dalam keseluruhan

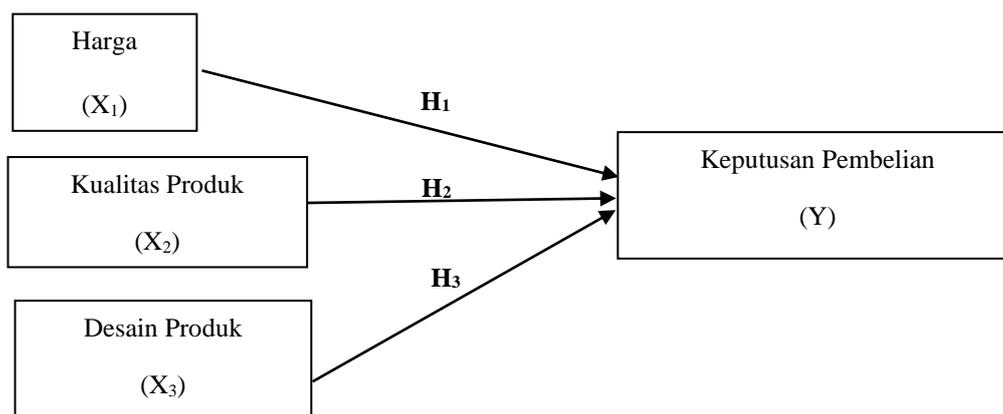
produk, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoprasiaan dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Menurut Tjiptono (2016) indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Fitur atau Ciri – Ciri Tambahan (*Features*)
3. Reliabilitas (*Reliability*)
4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*)
5. Daya Tahan (*Durability*)
6. *Service Ability*
7. Estetika (*Esthetics*)
8. Kualitas yang Dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Menurut Kotler dan Keller (2012) Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut hananto (2021) terdapat beberapa indikator desain produk, yaitu :

1. Model
2. Gaya yang menarik
3. Variasi
4. *Up to date*

Rerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2022)

**Gambar 1.** Rerangka Konseptual

Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

H3 : Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

## METODE

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian kausal (sebab – akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PD Malik Budi yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dihitung berdasarkan rumus Rao Purba. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan software statistik IBM SPSS versi 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r tabel	Keterangan
KPM1	0,492	0,1966	Valid
KPM2	0,336	0,1966	Valid
KPM3	0,664	0,1966	Valid
KPM4	0,557	0,1966	Valid
KPM5	0,557	0,1966	Valid
KPM6	0,537	0,1966	Valid
KPM7	0,505	0,1966	Valid
KPM8	0,342	0,1966	Valid
KPM9	0,325	0,1966	Valid
KPM10	0,371	0,1966	Valid
KPM11	0,600	0,1966	Valid
KPM12	0,371	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r tabel	Keterangan
H1	0,742	0,1966	Valid
H2	0,615	0,1966	Valid
H3	0,753	0,1966	Valid
H4	0,773	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r tabel	Keterangan
KP1	0,802	0,1966	Valid
KP2	0,654	0,1966	Valid
KP3	0,793	0,1966	Valid
KP4	0,691	0,1966	Valid
KP5	0,683	0,1966	Valid
KP6	0,558	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas Desain Produk

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r tabel	Keterangan
DP1	0,358	0,1966	Valid
DP2	0,424	0,1966	Valid
DP3	0,726	0,1966	Valid
DP4	0,434	0,1966	Valid
DP5	0,528	0,1966	Valid
DP6	0,507	0,1966	Valid
DP7	0,544	0,1966	Valid
DP8	0,503	0,1966	Valid
DP9	0,535	0,1966	Valid
DP10	0,453	0,1966	Valid

Sumber: Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa masing – masing pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari r tabel yakni sebesar 0,1966.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,691	12	Reliabel
Harga	0,687	4	Reliabel
Kualitas Produk	0,790	6	Reliabel
Desain Produk	0,656	10	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa masing – masing pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

## B. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12031545
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.039
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200, hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

### 2. Hasil Uji Multikolonieritas

**Tabel 7.** Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Harga	0,935	1,069
Kualitas Produk	0,895	1,117
Desain Produk	0,892	1,121

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 8.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Harga	0,316
Kualitas Produk	0,108
Desain Produk	0,104

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

### C. Hasil Uji Kesesuaian Model

#### 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of The Estimate</i>
1	.778 <sup>a</sup>	.606	.594	2.153

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,594 (59,4%). Artinya, besarnya pengaruh variabel harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh sebesar 59,4% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini.

#### 2. Hasil Uji F ANOVA

**Tabel 10.** Hasil Uji F ANOVA

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	684.632	3	228.211	49.223	.000 <sup>b</sup>
	Residual	445.078	96	4.636		
	Total	1129.710	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji F ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 49,223 lebih besar dari F tabel yakni sebesar 2,70 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Maka dapat dikatakan bahwa harga, kualitas produk, dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### D. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 11.** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>		<i>Beta</i>		
1	(Constant)	10.040	3.978		2.524	.013
	Harga	.673	.097	.458	6.909	.000
	Kualitas Produk	.543	.073	.504	7.449	.000
	Desain Produk	.369	.075	.334	4.919	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$KPM = 0,458H + 0,504KP + 0,334DP$$

Maka, dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Koefisien regresi harga menunjukkan angka positif sebesar 0,458. Nilai koefisiensi yang bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara harga terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi.
2. Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan angka positif sebesar 0,504. Nilai koefisiensi yang bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi.
3. Koefisien regresi desain produk menunjukkan angka positif sebesar 0,334. Nilai koefisiensi yang bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara desain

produk terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi.

### E. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 12.** Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	10.040	3.978		2.524	.013
	Harga	.673	.097	.458	6.909	.000
	Kualitas Produk	.543	.073	.504	7.449	.000
	Desain Produk	.369	.075	.334	4.919	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diperoleh bahwa :

1. Variabel harga dengan nilai t – hitung sebesar 6,909, artinya  $> 1,66$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Artinya H1 yang menyatakan “Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian” diterima.
2. Variabel kualitas produk dengan nilai t – hitung sebesar 7,449, artinya  $> 1,66$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Artinya H2 yang menyatakan “Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian” diterima.
3. Variabel desain produk dengan nilai t – hitung sebesar 4,919, artinya  $> 1,66$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Artinya H3 yang menyatakan “Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian” diterima.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan hasil uji t diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putranto & Kartoni (2020), Mulyati & Umban (2020), Rachmawati et al (2020) yang diperoleh bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan hasil uji t diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hananto (2021), Bakti et al (2021), Aprilia & Takidi (2021) yang diperoleh bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan hasil uji t diperoleh hasil bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priandewi (2021), Supriyatna (2020), Ragitirta & Erna (2020) yang diperoleh bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### PENUTUP

**Simpulan.** Berdasarkan perumusan masalah dari hasil penelitian ini, maka kesimpulan yang didapat adalah:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik desain produk, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

**Saran.** Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan simpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil regresi linear berganda di dapat persamaan  $KPM = 0,458H + 0,504KP + 0,334DP$ , dimana variabel kualitas produk merupakan variabel yang dominan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian mebel pada PD Malik Budi. Maka diharapkan untuk PD Malik Budi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil beberapa variabel yang telah diteliti yaitu pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 59,4%, maka dari itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan variabel lain yang belum di teliti dalam penelitian ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. In Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1).
- Hasan, A. (2014). Marketing & Kasus-Kasus Pilihan. Jakarta: CAPS.
- Kotler, & Armstrong. (2012). Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. Marketing Managemet. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Managemen. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi Ke4. Yogyakarta: CV A
- Tjiptono. F. 2016. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi