

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI XPANDER DI BORMA SLAWI

Any Alfiya¹, Ririh Sri Harjanti², Mulyadi³

^{1,2,3} Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,
Korespondensi email : anyalfiya09@gmail.com

Abstrak

Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat, sehingga manajemen perusahaan harus memperhatikan indikator untuk perbaikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander di Borma Slawi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel adalah menggunakan rumus Sampel jenuh diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linear berganda, uji normalitas, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander di Borma Slawi. Koefisien Determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 47,20%. Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar - 0,356 pada model persamaan regresi linear ganda $Y = - 0,356 + 0,163 X_1 + 0,327 X_2 + 0,563 X_3$

Kata Kunci : Citra Merk, Kualitas Produk, , Harga, Keputusan Pembelian

Effect Of Brand Images, Product Quality, And Price On Mitsubitshi Xpander Car Purchase Decisions

Abstract

Competition between companies is currently very tight, so company management must pay attention to indicators for improvement in influencing purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the brand image, product quality, and price on the decision to buy a Mitsubishi Xpander car in Borma Slawi. The method used in this research is descriptive quantitative method. With a population of 50 people. Sampling technique is using the formula Saturated sample obtained a sample of 50 respondents. The data analysis method used is multiple linear analysis techniques, normality test, F test, t test, coefficient of determination. The results of this study indicate that brand image, product quality, and price partially and simultaneously affect the decision to buy a Mitsubishi Xpander car in Borma Slawi. The coefficient of determination shows the R^2 value of 47.20%. The influence of brand image, product quality and price on purchasing decisions is shown by the regression coefficient value of - 0.356 in the multiple linear regression equation model $Y = - 0.356 + 0.163 X_1 + 0.327 X_2 + 0.563 X_3$

Keywords : Brand Image, Quality Of Products, , Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler dalam Antonius Ong, 2013: 4)^[1]. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian dan penggunaan barang yang ditawarkan. Tingkat pembelian konsumen yang tinggi akan berdampak pada tingginya volume

penjualan, sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi. Melihat kondisi pasar yang semakin ketat, maka harus ada strategi untuk memenangkan persaingan dengan menyediakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar produk tersebut terjual dipasaran.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk,

citra merek, harga dan (Evelina, et.al 2012)^[2]. Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 275)^[3], merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing. Menurut Suryani (2013: 86)^[4], citra merek adalah segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen.

Citra merek disini mempunyai arti bahwa merek Mitsubishi baik dan unggul dibanding dengan pesaingnya dan dilihat dari beberapa faktor produk, varian dan model mereka khususnya para pengguna atau konsumen yang loyal terhadap Mitsubishi menilai produk-produk Mitsubishi bisa menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan para konsumen saat ini dan dengan adanya pembaruan-pembaruan terus menerus yang dilakukan pihak Mitsubishi para konsumen bisa merasakan kepuasan untuk membeli dan menggunakan produk Mitsubishi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Evelina et al, 2012)^[2] yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain citra merek harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, menurut Kotler dan Keller (2009: 67)^[5] harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Suatu sistem informasi akuntansi dalam memenuhi fungsinya harus mempunyai tujuan yang dapat menghasilkan informasi yang berguna, adanya pengendalian intern maka kesalahan yang terjadi dapat segera diketahui. Apakah Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander Di Borma Slawi ?

METODE

Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif menurut Suliyanto (2005:134)^[29] yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti questioner dari beberapa responden.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung

dari tanggal 1 Januari 2021 sampai dengan 31 Mei 2021. Di PT. Borma Slawi

Prosedur

Penelitian ini pertama kali dilakukan dengan cara memberikan surat permohonan untuk melakukan penelitian pada PT. Borma Slawi . Lalu penulis melakukan analisis permasalahan yang ada di perusahaan khususnya dalam penyampaian informasi penjualan dan meminta data-data yang diperlukan untuk menyusun penelitian. Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian. maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[3] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004 : 137)^[4] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3. Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono, (2012 : 199)^[11], angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini digunakan angket sebagai alat pengumpulan data tentang harga produk, kualitas produk, citra merk , dan keputusan pembelian produk Mitsubishi Xpander. Kemudian jawaban dari tiap item pertanyaan tersebut diberi skor dengan menggunakan skala likert.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dalam penelitian ini penulis menganalisis citra merek, kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian dengan menggunakan tabulasi dari jawaban kuisioner yang telah dibagikan kepada responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner beberapa langkah dalam melakukan analisis data, yaitu

1. Uji validitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006:49). Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* (r hitung) $>$ r tabel. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan uji satu sisi dengan taraf signifikansi 5%. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:45). SPSS memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (Nunnally dalam Ghozali, 2006:46). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila:

Hasil $\alpha >$ 0,60 = Reliabel

Hasil $\alpha <$ 0,60 = Tidak reliabel

3. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan maka perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedasitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi

4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Merupakan tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penjualan pada diler mitsubishi borma slawi konsumen datang ke diler lalu memilih mobil yang ingin di beli. Kemudian setelah menemukan mobil yang dicari pembeli langsung datang ke kasir untuk melakukan transaksi baik tunai maupun kredit.

1. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Hasil pengolahan data dijelaskan bahwa Citra Merk memiliki pengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian. Harga Produk memiliki pengaruh signifikan dengan arah ngatif, artinya berarti bahwa setiap perubahan pada variabel Harga (X_1) belum tentu mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,010 pada model persamaan regresi linear ganda

$$Y = -0,356 + 0,163 X_1 + 0,327 X_2 + 0,563 X_3$$

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hasil pengolahan data dijelaskan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dengan arah ngatif, artinya berarti bahwa setiap perubahan pada variabel Kualitas Produk (X_2) belum tentu mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,042 pada model persamaan regresi linear ganda

$$Y = -0,356 + 0,163 X_1 + 0,327 X_2 + 0,563 X_3$$

3. Pengaruh Harga Produk Dengan Keputusan Pembelian Hasil pengolahan data dijelaskan bahwa Harga Produk memiliki pengaruh secara

persial terhadap keputusan pembelian. Harga Produk memiliki pengaruh signifikan dengan arah ngatif, artinya berarti bahwa setia perubahan pada variabel Harga (X3) belum tentu mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,356 pada model persamaan regresi linear ganda $Y = -0,356 + 0,163 X_1 + 0,327 X_2 + 0,563 X_3$

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel citra merk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t uji tersebut = 0,006 . Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji tersebut = 0,001. 3.
2. Variabel harga produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji tersebut = 0,305. 4. Variabel harga produk, kualitas produk dan citra merk secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pembelian mobil mitsubishi xpander.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Dan Citra Merk Keputusan Pembelian, sehingga perlu adanya perhatian khusus dari perusahaan untuk penjualan kepada konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pertama saya panjatkan Puji Syukur kepada Tuhan kebaikannya. Lalu berterimakasih kepada Mama Papa yang selalu mendukung dan mensupport. Terimakasih juga kepada Bu Ririh dan Pak Mulyadi yang selalu senantiasa membimbing. Terimakasih buat diriku sendiri yang sudah mau berjuang. Terimakasih juga pengalaman- pengalaman yang membuat hidup saya semakin kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Buku 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- [2] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, Service, Quality & Satisfaction, Edisi 2, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2007.
- [3] Basu Swastha, Irwan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II, penerbit Liberty, Yogyakarta, 1997.
- [4] Rosvita Dua Lembang, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro, Semarang, 2010.
- [5] Danang Sunyoto, Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran, Penerbit CAPS (Center For Academic Publishing Service) Tahun 2012
- [6] Philip Kotler dan Gary Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- [7] Ali Hassan, Marketing dan Kasus – kasus Pilihan, Cetakan 1, CAPS, Yogyakarta, 2013.
- [8] Dimas Ariyanto Putra, Moh. Hufro Dan Afi Rachmat Slamet, Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Kota Malang (Studi Kasus Pembelian Mobil Toyota Agya Di Dealer Toyota Kartika Sari Malang), 2017
- [9] Bunga Aditi dan H. M. Hermansyur, Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan, 2018
- [10] Imam Chabibi, Leonardo Budi Hasiholan, Cicik Harini, Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Pembelian Sebagai Intervening (Studi Kasus Dealer Jaya Motor Semarang), 2018