

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LENGAN PENDEK DI DISTRO DESTROYER BANDUNG

Caisaria Kartono Putri

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana

caisariamaria54@gmail.com

Abstrak: Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 88 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Path Analysis, Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis. Hasil Penelitian menunjukkan besar pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian kaos lengan pendek di Distro Destroyer Bandung dapat dikatakan cukup baik. Desain Produk memberikan pengaruh yang besar pada keputusan pembelian Distro Destroyer Bandung dibandingkan dengan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian secara parsial untuk desain produk adalah sebesar 40% sedangkan untuk harga sebesar 31,8%. Dan hasil penelitian secara simultan adalah sebesar 71,8%.

Kata Kunci: Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstract : The method used is descriptive and verification with a total sample of 88 respondents. Data collection techniques used were interviews and questionnaires. Data analysis methods used are Path Analysis, Determination Coefficient Test, Hypothesis Test. The results of the study show that the influence of product design and price on the decision to purchase a short-sleeved shirt at Distro Destroyer Bandung can be quite good. Product Design has a great influence on the purchasing decision of Distro Destroyer Bandung compared to the price of the purchase decision. The partial research result for product design is 40% while for the price is 31.8%. And the result of the simultaneous research is 71.8%.

Keywords: Product Design, Price, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Melihat dari keadaan saat ini, bisnis distro ini mulai menurun tidak sebaik dulu, hal ini dikarenakan perubahan teknologi, sehingga muncul banyaknya *onlineshop*. Menurut Ketua Kreative Independent *Clothing* Kommunity (KICK) Bandung “Perkembangan teknologi berpengaruh

pada *clothing dan distribution store (distro)* mengalami perlambatan yang cukup dalam” (Aini, 2017). Disisi lain Bisnis Distro ini berkembang pesat, dengan terus bertambah banyak gerai Distro yang dibuka, terlihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1. Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung

Jenis Usaha	Thn 2006-2009	Thn 2010-2013	Thn 2013-2016
Distro	480 Gerai	512 Gerai	574 Gerai
<i>Clothing</i>	50 Gerai	75 Gerai	90 Gerai
<i>F0</i>	80 Gerai	115 Gerai	150 Gerai

Sumber : (bandungcreativecity, 2017)

Dalam mempertimbangkan untuk membeli baju *distro* seseorang akan melihat dari desain yang ditawarkan. Konsumen membeli baju yang desainnya sesuai kebutuhannya. Kotler & Keller (2016) mengemukakan bahwa desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu desain menjadi salah satu faktor penting pertimbangan seseorang akan memutuskan membeli atau tidak produk tersebut, sedangkan fenomena masalah yang terjadi pada distro Destroyer adalah Desain Produknya yang terus berkurang peminatnya. Tujuan pertama penelitian ini untuk mengetahui Harga, desain produk dan keputusan pembelian di distro Destroyer Bandung. Tujuan kedua untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian di Distro Destroyer Bandung, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian di distro Destroyer Bandung.

Desain Produk

Menurut Kotler & Keller (2016) "Desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan." Menurut Kotler & Keller (2016) terdapat beberapa parameter

Desain Produk: Bentuk, gaya, kualitas kesesuaian, fitur, ketahanan.

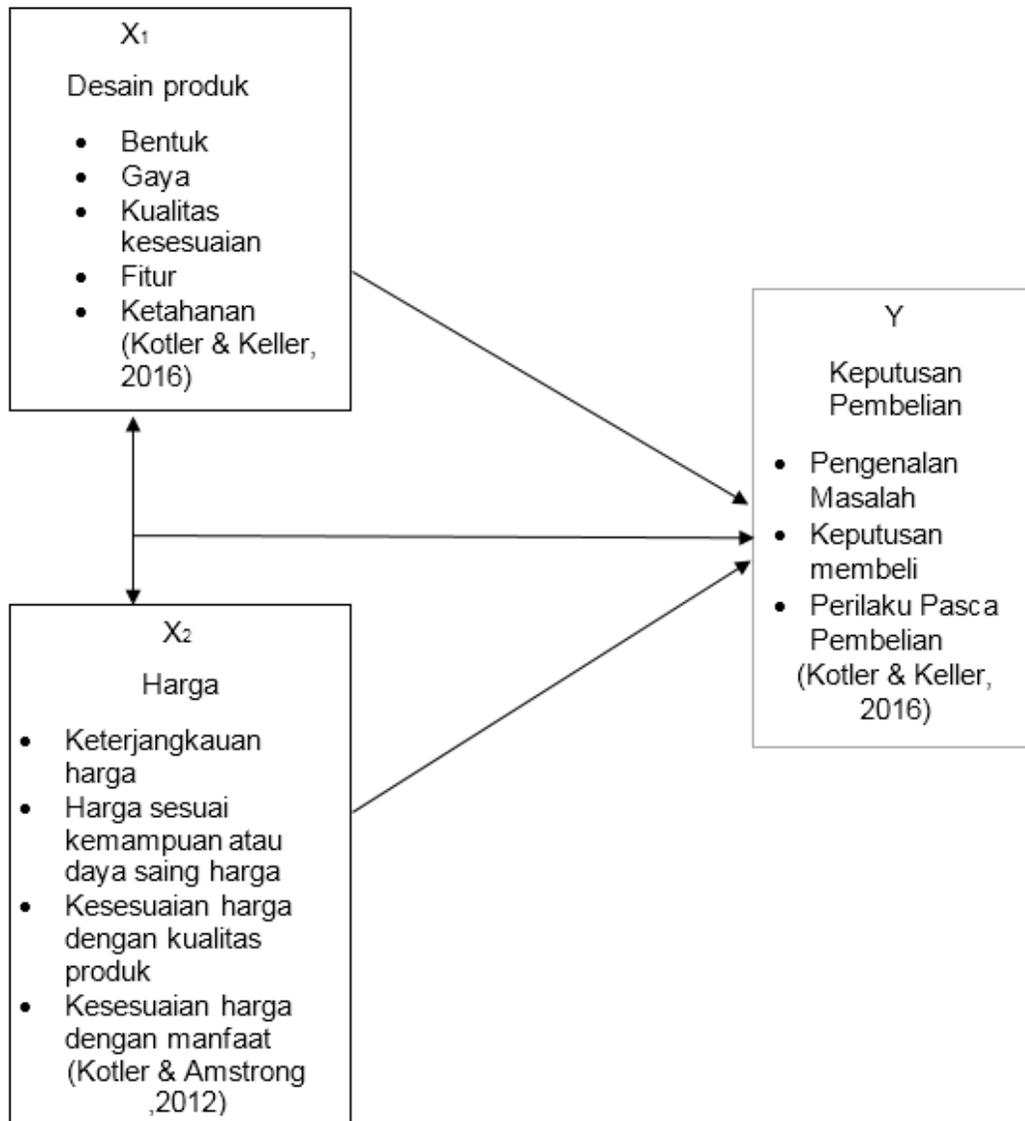
Harga

Menurut Kotler & Keller (2016) "Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya." Menurut Kotler & Armstrong (2012) menjelaskan "ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli."

Keputusan Pembelian

Seorang konsumen dalam membeli suatu produk, akan memandang suatu produk dari berbagai sudut pandang. Hal inilah yang disebut dengan tahap-tahap proses keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2016) Keputusan pembelian konsumen terdiri lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian yaitu Pengenalan masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan tinjauan landasan teori diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran dan penelitian ini seperti tersaji dalam gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga Desain produk (X₁) di Distro Destroyer Bandung belum baik.
2. Diduga Harga (X₂) di Distro Destroyer Bandung belum baik.
3. Diduga keputusan pembelian konsumen (Y) di Distro Destroyer Bandung belum baik.
4. Diduga Desain produk Distro Destroyer (X₁) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Distro Destroyer Bandung.
5. Diduga Harga Distro Destroyer (X₂) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Distro Destroyer Bandung.

6. Diduga Desain produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) di Distro Destroyer Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian kaos lengan pendek di Distro Destroyer Bandung baik secara parsial maupun simultan.

Sumber Dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini mendapatkan sumber data dari wawancara kepada pemilik secara langsung, lalu menyebarkan kuesioner secara langsung pada konsumen distro destroyer. Cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara dan kuesioner.

Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama

bagi setiap unsur populasi yang dipilih menjadi anggota sampel dengan menggunakan sampling insidental. Dengan jumlah sampel sebanyak 88 responden..

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Path Analysis, Uji Koefisien Determinasi, Uji hipotesis t, Uji hipotesis F menggunakan SPSS 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Deskriptif

Dari hasil analisis data menggunakan garis kontinum, didapatkan hasil Desain produk berada pada garis 4205 yang termasuk dalam kriteria baik, dan dimensi yang masih lemah adalah Gaya dan bentuk. Dan untuk hasil garis kontinum Harga berada pada garis 3875 yang termasuk dalam kriteria cukup baik, dan dimensi yang masih lemah adalah kesesuaian harga dengan manfaat dan keterjangkauan harga. Dan yang terakhir hasil dari garis kontinum keputusan pembelian berada pada garis 4917 yang termasuk dalam kriteria cukup baik, dengan dimensi yang masih lemah pada keputusan membeli.

Hasil Penelitian Verifikatif

Tabel 2. Koefisien Jalur

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
Constant)	-6,898	3,143		-1,425	,048
Desain Produk	,776	,094	,526	9,122	,000
harga	,574	,081	,441	7,012	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil adanya pengaruh desain produk secara parsial sebesar

40% untuk harga sebesar 31,8%, dan secara simultan sebesar 71,8%.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7743,193	2	3871,596	102,484	,000 ^b
	Residual	3211,086	85	37,777		
	Total	10954,279	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel output di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 102,484. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada table distribusi F. Dengan $\alpha=0,05$, $db_1=2$ dan $db_2=85$, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,104. Dari nilai-nilai tersebut terlihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar

102,484 lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,104. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan desain produk dan harga berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Destroyer Bandung.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-6,898	3,143		-1,425	,048
	Desain Produk	,776	,094	,526	9,122	,000
	Harga	,574	,081	,441	7,012	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh desain produk (X_1) sebesar 9,115. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=88-2-1=85$, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Dari nilai-nilai tersebut terlihat bahwa nilai

t_{hitung} yang diperoleh sebesar 9,115 > t_{tabel} 1,988. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial, desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Destroyer Bandung.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis Parsial X₂

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
Model		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,974	3,148		-1,433	,047
	Desain Produk	,789	,092	,575	9,115	,000
	Harga	,573	,080	,412	7,003	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh harga (X_2) sebesar 7,003. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=88-2-1=85$, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Dari nilai-nilai tersebut terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar $7,003 > t_{tabel}$ 1,988. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Destroyer Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel desain produk, diketahui bahwa responden menilai desain produk yang diberikan oleh distro Destroyer yang diteliti berada pada kriteria baik. Dimensi terendah pertama adalah gaya, menggambarkan penampilan dan rasa produk terhadap pembeli, dan indikator yang dianggap lemah adalah bentuk yang up to date. Dimensi kedua yang masih lemah dari variabel ini adalah pada dimensi bentuk, banyak produk dapat didiferensiasikan berdasarkan bentuk(form) ukuran bentuk atau struktur fisik produk,

dan indikator yang dianggap rendah adalah model yang mengikuti trend. Adapula dimensi yang tinggi yaitu fitur, sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan mevariasikan fitur yang melengkapi fungsi dasar mereka, indikator yang dianggap tinggi adalah memberikan desain yang sesuai dengan identitas diri distro destroyer. Dan dimensi tertinggi kedua adalah kualitas kesesuaian, pembeli mengharapkan produk mempunyai kualitas kesesuaian yang tinggi yaitu dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan, indikator yang dianggap rendah adalah kualitas bahan yang diberikan sesuai harapan.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel harga diketahui bahwa responden menilai harga yang diberikan oleh distro Destroyer yang diteliti berada pada kriteria cukup baik. Dimensi yang masih lemah dari variabel ini adalah pada dimensi kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat

- produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal daharn konsumen akan berpikir dua kali untuk pembelian ulang, dan indikator atau aspek yang dianggap rendah adalah pada aspek harga yang diberikan belum sebanding dengan manfaat produk. Dan dimensi terendah kedua adalah keterjangkauan harga, dan indikator terendah kedua adalah manfaat produk yang ditawarkan sesuai harapan. Adapula dimensi tertinggi pertama yaitu harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya dalam hal ini mahal dan murah nya harga tergantung pandangan konsumen, dan indikator tertinggi adalah harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Dan untuk dimensi tertinggi kedua adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas, indikator yang dianggap tinggi adalah harga yang diberikan sesuai harapan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel keputusan pembelian, Keputusan Pembelian berada pada kriteria cukup baik. Dimensi yang masih lemah dari variabel ini adalah pada dimensi Keputusan membeli, yaitu tahap konsumen telah menetapkan pilihan pada suatu alternatif dan melakukan pembelian, dan indikator atau aspek yang dianggap rendah adalah pada aspek kesepakatan harga. Dan untuk dimensi terendah kedua adalah perilaku pasca

pembelian, tahap setelah pembelian konsumen akan mengalami kepuasan dan ketidakpuasan. Sedangkan dimensi yang tinggi adalah pengenalan masalah, proses pembelian mulai menyadari suatu masalah, dan indikator yang dianggap tinggi pertama adalah adanya masalah atau kebutuhan konsumen. Dan indikator yang dianggap tertinggi kedua adalah rangsang internal/external

4. Secara parsial, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Distro Destroyer Bandung dengan kontribusi sebesar 40%.
5. Secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Distro Destroyer Bandung dengan kontribusi sebesar 31,8%
6. Secara simultan, desain produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Distro Destroyer Bandung dengan kontribusi sebesar 71,8%, sedangkan 28,2% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Adapun saran dalam penelitian ini:

1. Sebaiknya pihak distro destroyer melakukan survey pasar kembali, untuk melihat model apa yang sebenarnya diinginkan konsumen.
2. Sebaiknya pihak distro melakukan benchmarking, melihat kelebihan dari distro lain yang lebih baik. Dan melakukan Strategi penyesuaian bukan meniru produk distro tersebut. Alternatif selanjutnya adalah pihak distro bisa melakukan riset ulang terhadap produk yang dibuat, agar mengetahui apa yang diinginkan konsumen sesungguhnya. Dan yang terakhir

- pihak distro bisa melakukan endorse produk, dengan menggunakan artis terkenal sehingga produk lebih dikenal orang sehingga citra produk meningkat saat citra produk meningkat rasa bangga menggunakannya akan meningkat.
3. Sebaiknya pihak distro membuat variasi desain dan variasi harga, dengan membuat kaos dengan tingkat harga sesuai segmen pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. (2017). Bisnis Distro di Bandung Bertumbuhan. Retrieved from Republika website: <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/11/01/oyqfzm382-bisnis-distro-di-bandung-bertumbuhan>
- bandungcreativity. (2017). Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Inggris: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.