

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GITAR PADA MELODRAMATIC MUSIC STORE DI KABUPATEN GIANYAR

Oleh :
Gede Hendra Mahayasa

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gitar pada Melodramatic Music Store di Kabupaten Gianyar

Mahayasa, Gede Hendra¹ Arini, Ida Ayu²
Hendrage54@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received

Revised

Accepted

*Key words : Product
quality, price and
purchase decisions.*

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

The purpose of this study is to know the product quality and price gives effect partially and simultaneously toward the decision of purchasing Cort Guitar in Melodramatic Music Store In Gianyar Regency. This study was done in Melodramatic Music Store in Gianyar Regency which located in Jalan Raya Batuan, Sukawati Gianyar. The type of data in this study is qualitative and quantitative data. The source of the data used is primary and secondary data. The total of the samples in this study is 73 people. The method used for the data collection is observation, interview, questionnaire, and documentation study. The technique of data analysis used is multiple linear regression coefficient analysis, multiple determination analysis, t-test statistical analysis, and F-test statistical analysis. From the analysis, in simultaneous test, the variable of product quality and price all together or simultaneously gives positive and significant effect toward the decision of purchasing Guitar Brand Cort in Melodramatic Music Store. In partial test, the product quality gives effect positively and significantly toward the decision of purchase while the price gives effect positively and significantly toward the purchase decision.

Penelitian ini bertujuan Tujuan untuk mengetahui Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian gitar cort di *Melodramatic music store* di kabupaten gianyar. Penelitian ini dilakukan pada *Melodramatic Music Store* kabupaten Gianyar yang terletak di Jl.Raya Batuan, Sukawati Gianyar. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 orang. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu, observasi, wawancara, kuesioner, dan study dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien regresi linear berganda, Analisis determinasi berganda, analisis statistik uji t dan analisis statistik uji F, Dari analisis tersebut, secara uji simultan, variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Gitar merek cort di *Melodramatic Music Store*. Secara uji parsial, Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

I. Pendahuluan

Perkembangan musik saat ini semakin berkembang pesat, musik bagi manusia sudah menjadi kebutuhan. Musik adalah suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, nada, lagu dan keharmonisan terutama dari suara yang dihasilkan oleh alat musik gitar. Gitar merupakan alat musik petik yang sudah ada sejak jaman klasik. Gitar yang dikenal di era modern pun beragam, mulai dari gitar akustik, gitar *elektrik*, gitar dua belas senar, gitar *archtop*, gitar bass, gitar klasik, gitar *plamenco* dan gitar semi akustik.

Salah satu jenis gitar yang sering dijumpai dikalangan musisi ataupun masyarakat pada umumnya adalah gitar akustik. Biasanya konsumen mendapatkan dan membeli gitar pada *store* musik yang tersebar di kabupaten Gianyar. Banyak perusahaan yang memanfaatkan peluang bisnis dalam penawaran jasa penjualan semua jenis produk gitar, itu menyebabkan terjadinya persaingan baik dari merk dan juga jenis gitar. Melihat kondisi persaingan yang sangat kompetitif dari para produsen, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk membeli produk gitar yang sesuai dengan keinginan mereka. Daya saing untuk meningkatkan pembelian produk gitar menjadi sebuah fenomena yang sering dijumpai pada *store* musik salah satunya adalah pada *melodramatic music store* di kabupaten Gianyar.

Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012 : 143), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang di hasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian lagi. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya ke produk yang lainnya. Mestinya untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang

bersangkutan. Konsumen mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk.

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008:345).

Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen (Munandar,2001). Keputusan pembelian menjadi faktor yang penting dalam penentu eksistensi suatu perusahaan. Keputusan pembelian dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Hal pertama yang di pertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian konsumen memilih produk dengan melihat harga dan kualitas produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian gitar akustik cort pada *Melodramatic Music Store* di Kabupaten Gianyar dan untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian gitar akustik cort pada *Melodramatic Musik Store* di Kabupaten Gianyar.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan teori yang relevan untuk mendapatkan pengertian dan pemahaman yang cukup untuk tujuan pemecahan masalah yang telah dirumuskan dalam menganalisa Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian gitar akustik cort di *Melodramatic Musik Store* Kabupaten Gianyar. Sementara itu penulisan dari penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana seluruh data dianalisa dan dijelaskan secara deskriptif dalam bentuk berbagai parafrasa. Populasi dalam penelitian ini adalah 260 orang yaitu para konsumen yang datang pada *Melodramatic Music Store* di Kabupaten Gianyar. Penentuan sampel

menggunakan teknik *accidental sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 73 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi. Setiap jawaban kuesioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala *linkert* sebagai berikut : STS (Sangat Tidak Setuju) = skor 1, TS (Tidak Setuju) = skor 2, KS (Kurang Setuju) = skor 3, S (Setuju) = skor 4 dan SS (Sangat Setuju) = skor 5. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif yaitu : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda, Analisis Determinasi Berganda, Analisis Statistik Uji t (t-test) dan Analisis Statistik Uji F (F-test).

IV. Hasil Penelitian Uji Validitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Pernyataan	Koefisien Korelasi	R-tabel	Ket.
Kualitas Produk (X₁)			
X _{1.1}	0,731	0,30	Valid
X _{1.2}	0,795	0,30	Valid
X _{1.3}	0,857	0,30	Valid
X _{1.4}	0,848	0,30	Valid
X _{1.5}	0,866	0,30	Valid
Harga (X₂)			
X _{2.1}	0,785	0,30	Valid
X _{2.2}	0,828	0,30	Valid
X _{2.3}	0,922	0,30	Valid
X _{2.4}	0,899	0,30	Valid
X _{2.5}	0,922	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.1	0,810	0,30	Valid
Y.2	0,811	0,30	Valid
Y.3	0,889	0,30	Valid
Y.4	0,780	0,30	Valid
Y.5	0,897	0,30	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.5, menunjukkan bahwa semua instrumen nilai koefisien korelasinya berada di atas 0,30. Hal tersebut berarti semua instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner hasilnya adalah valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Instrumen	Cronbach's Alpha	Standar	Ket.
Kualitas Produk (X ₁)	5	0,875	0,60	Reliabel
Harga (X ₂)	5	0,922	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,894	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.6 didapat perhitungan masing-masing variabel nilai *Cronbach's Alpha*nya lebih besar dari 0,60. Hal tersebut berarti semua instrumen sudah *reliable* dan penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Asumsi Klasik

- Uji multikolinearitas

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	Nilai VIF
Kualitas Produk	0,256	3,901
Harga	0,256	3,901

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, lampiran 4

Dari Tabel 4.7 menunjukkan nilai *Tolerance* masing masing variabel lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

- Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.042	.616		-.068	.946
Kualitas Produk	.094	.063	.347	1.505	.137
Harga	-.042	.055	-.175	-.758	.451

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, lampiran 4

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

- Uji Normalitas

Tabel 4.9
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24985678
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.057
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, lampiran 4

Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal.

Analisis Koefisien Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16

Rangkuman Hasil Analisis Statistik Antara Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Melodramatic Music Store* di Kabupaten Gianyar Tahun 2019

Model	Regresi	t-hitung	Signifikan t
Constant	2.276	2.295	.025
Kualitas Produk (X ₁)	.515	5.113	.000
Harga (X ₂)	.392	4.411	.000
N = 73			
R = .908			
R ² = .825			
F _{hitung} = 164,796			

Sumber: Data Primer: Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis SPSS *version 22 for windows* Koefisien Regresi Linear Berganda table 4.16 diperoleh : a = 2,276, b₁ = 0,0515, b₂ = 0,392. Di peroleh persamaan regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,276 + 0,0515 + 0,392$$

Memberikan informasi sebagai berikut :

a = 2,276, artinya apabila tidak ada perhatian terhadap Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) atau nilainya tetap, maka besarnya Keputusan Pembelian (Y) adalah 2,276.

b₁ = 0,515, artinya apabila Harga (X₂) dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya Kualitas Produk (X₁) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,515.

b₂ = 0,392, artinya apabila Kualitas Produk (X₁) dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya Harga (X₂) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,392.

Analisis Koefisien Determinasi

Diperoleh hasil bahwa nilai koefisien determinasi sebesar (D=0,825). Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi/sumbangan kualitas produk dengan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 82,5%, sedangkan sisanya 17,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar Kualitas Produk dan Harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Analisis statistik Uji t (t-test)

a. nilai t_{hitung} = 5,113 lebih besar dari t-tabel = 1,667, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Oleh karena nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H₀, maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian gitar pada *Melodramatic Music Store* di Kabupaten Gianyar.

b. nilai t₂-hitung 4,411 lebih besar dari nilai t-tabel 1,667, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Oleh karena t₂hitung berada pada daerah penolakan H₀, maka harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian gitar pada *Melodramatic Music Store* di Kabupaten Gianyar.

Analisis Statistik Uji F (F-tes)

nilai F-hitung adalah 164,796 lebih besar dari nilai F-tabel 3,13, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Oleh karena nilai F-hitung berada pada daerah penolakan H₀ maka kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jadi sesuai dengan hipotesisnya diajukan yang bunyinya pengaruh Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian gitar pada *Melodramatic Music Store*. Hal ini terbukti bahwa semakin

bagus kualitas produk, dan harga semakin terjangkau, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

V. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan oleh hasil nilai $t_{hitung} = 5,113$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,667$.
- b. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti dimana nilai $t_{hitung} = 4,411$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,667$.
- c. Jadi oleh karena nilai $t_{hitung} = 5,113$ dan nilai $t_{hitung} = 4,411$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,667$, maka kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- d. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan bahwa nilai $F_{hitung} = 164,796$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 3,13$.

Saran-Saran

- a. Kepada manajemen *Melodramatic Music store* hendaknya variasi produk dengan beberapa model gitar akustik yang lebih menarik perlu ditambahkan sehingga pelanggan mempunyai banyak pilihan dalam membeli.
- b. Kepada manajemen *Melodramatic Music store* perlu hendaknya untuk memberikan diskon khusus bagi pelanggan yang perlu kiranya untuk loyal sehingga pelanggan tidak berpaling ke model-model yang lain.
- c. Kualitas yang sudah bagus perlu di tingkatkan dengan menambahkan aksesoris sehingga pelanggan lebih

tertarik untuk membeli produk gitar tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. Munandar. (2001). Psikologi Industri dan Organisasi. Depok. Penerbit Universitas Indonesia (UIPress).
- Alma, Buchari. (2012). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Alma, (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Budiargo Alam Noor Arief (2014). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian efek gitar merek behringer di tiga negeri jalan soka bandung.
- Chris batara nainggolan (2017). Pengenalan nada gitar akustik klasik menggunakan harmonic product spectrum.
- Fadlan Miftahunnajah (2013). Studi organology pembuatan gitar klasik produksi PT. Genta Trikarya Bandung. Vol. 1, No. 3, Desember 2013.
- Ghozali, imam, (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Edisi ketujuh. Semarang : badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, (2002). Organisasi perilaku-struktur-proses. Terjemahan. Edisi V. Jakarta: penerbit erlangga.
- Handoko, T. Hani. 2003. Manajegem Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hansen dan Mowen, Akuntansi Manajerial Buku 1 Edisi 8, Salemba Empat, Jakarta, (2012).
- Hasibuan, 2004. Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. \Jilid Satu, Edisi Kedua*. Jakarta : Indeks Gramedia.
- , (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- , (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks - Prentice Hall.
- , (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- , (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- , (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- , (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip - prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- , (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- , (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa* : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- , (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. (2013). *Prinsip - prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- , (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- , (2016) : *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- , (2016) : *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, dan Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : erlangga.
- Lamb dalam Bob Sabran, (2012), *Manajemen Pemasaran*, penerbit erlangga.
- Mowen, dkk. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid 1. Terjemahan oleh Lina Salim*. (2005). Jakarta: Erlangga.
- Mullins, dkk. (2005). *Marketing Management : A Strategic, Decision Making Approach, 6th edition*. Penerbit ———, McGraw-Hill. New York City.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rondonuwu, Priscilia D. (dalam Purnomo Edwin Setio) (2013). *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember (2013).
- Saladin, dkk, (2011) *Manajemen Pemasaran Bandung, Linda Karya*. Diakses pada 5 September 2015. W.W.W : library.binus.ac.id
- Saleleng, dkk (dalam Purnomo Edwin Setio) (2014). *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA vol.2 no.3 September(2014).
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono, dan Husein Umar. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- , (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- , (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- , (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2005). *Pengantar Bisnis*. Liberty. Yogyakarta.
- Universitas Ngurah Rai Denpasar. (2018), *Buku Panduan Penyusunan Proposal dan Skripsi Tahun 2018*. Denpasar Fakultas Ekonomi.