



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BANDAI MODEL KIT GUNDAM
DI TOKO MAINAN AV HOBBY ZONE MANGGA DUA SQUARE**

Lidia Angreni

Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M.

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso
Kav.87, Jakarta 14350

Abstract

Entertainment is an industry that is very popular with humans today. The entertainment industry itself has many derivative industries that accompany its development. The toy industry is one of the derivative industries that has become a commodity that is quite taken into account. As time goes by, consumer appetite for Bandai Gundam model kit toys has also increased. Factors such as product quality and price perception are considered important in determining consumer purchasing decisions. This research aims to determine the influence of product quality and price perception on purchasing decisions for Bandai Gundam Model Kits at the AV Hobby Zone Mangga Dua Square Toy Store.

To support this research, several theories are used such as product quality, price perception and purchasing decisions. The variables in this research are divided into two types, namely independent variables and dependent variables. The independent variables in this research are product quality and price perception, while the dependent variable in this research is Purchasing Decisions.

The object of this research is the Bandai Gundam Model Kit at the AV Hobby Zone Mangga Dua Square Toy Store. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 100 respondents. The sampling technique used was nonprobability sampling technique and data processing used was using IBMSPSS Statistics version 20 software.

The results of this research show that respondents agree that product quality and price perception are good. This research obtained results that product quality and price perception were proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion of the research is that the variables Product Quality and Price Perception are proven to have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions for the Bandai Gundam Model Kit at the AV Hobby Zone Mangga Dua Square Toy Store.

Keywords: *product quality, price perception, purchasing decisions*

Abstrak

Hiburan merupakan industri yang sangat diminati oleh manusia saat ini. Industri hiburan sendiri memiliki banyak industri turunan yang menyertai perkembangannya. Industri mainan adalah salah satu industri turunan yang telah menjadi sebuah komoditas yang cukup diperhitungkan. seiring berjalannya waktu selera konsumen untuk mainan Bandai model kit Gundam pun juga meningkat. faktor-faktor seperti kualitas produk dan persepsi harga dianggap sebagai hal yg penting untuk menentukan keputusan pembelian konsumen. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian Bandai Model Kit Gundam di Toko Mainan AV Hobby zone Mangga Dua Square.

Untuk mendukung penelitian ini, digunakan beberapa teori seperti kualitas produk, persepsi harga dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, dan persepsi harga sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi undang-undang. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan kembali tanpa izin IBI KKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



Objek penelitian ini adalah Bandai Model Kit Gundam di Toko Mainan AV Hobby Zone Mangga Dua Square. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui Google Forms kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dan pengolahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan software IBMSPSS Statistics versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan responden setuju bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Harga baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas produk dan Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian adalah variabel Kualitas Produk dan Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bandai Model Kit Gundam di Toko Mainan AV Hobby Zone Mangga Dua Square.

Kata Kunci: kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam ekonomi global saat ini, membuat para pengusaha di bidang ekonomi mencari sebuah jenis usaha baru yang bisa memuaskan keinginan manusia yang terus bertambah. Seiring berjalannya waktu manusia pada zaman sekarang banyak menghadapi berbagai macam tekanan baik dari internal maupun eksternal. Sehingga, industri hiburan sebagai tempat manusia menenangkan diri dan membuat kesenangan bagi dirinya sendiri dari berbagai tekanan dan menjadikan bisnis ini sangat menjanjikan.

Manusia sering kali harus memenuhi banyak keinginan. Demikian juga, selera konsumen untuk mainan Bandai model kit Gundam juga meningkat. Bandai model kit Gundam sekarang tidak hanya sekedar mainan anak-anak saja, tapi telah berkembang jauh hingga menjadi mainan koleksi bagi para kolektor untuk memenuhi keinginan mereka.

Bandai model kit Gundam merupakan mainan plastik model kit karakter atau tokoh yang memiliki artikulasi pergerakan atau persendian, yang terbuat dari bahan plastik atau material lainnya dan karakternya diadaptasi berdasarkan karakter film. Gundam adalah mainan yang sangat populer dan sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Bandai adalah salah satu merek gundam yang semakin hari mengalami peningkatan. Gundam sendiri merupakan nama dari serial fiksi ilmiah yang dibuat oleh studio Sunrise yang menampilkan robot raksasa bernama "Gundam". (sumber: www.hobbyworks.com)

Seiring dengan perkembangan zaman, mainan saat ini menjadi sebuah usaha yang menguntungkan. Perkembangan dunia hiburan yang meningkat juga mempengaruhi kinerja industri mainan selama empat tahun, total pendapatan mainan pasar global pada tahun 2019 sebesar 92 *milliar USD* hingga 2022 total penjualan meningkat sebesar 107,4 *milliar USD*. menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang cukup signifikan setiap perkembangan tersebut terjadi karena bisnis hiburan dan teknologi yang tumbuh sangat pesat sehingga mempengaruhi selera konsumen. Perubahan selera membuat konsumen cenderung mudah bosan. Produsen akan selalu melakukan inovasi dan pengembangan produk agar dapat mengikuti perubahan selera serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Di Indonesia sendiri banyak penggemar Gundam, karna ada tantangan tersendiri dalam merakitnya sehingga membuat seseorang mendapatkan kepuasan batin setelah melihat hasil jadinya. Mereka juga mempunyai komunitas hampir di setiap kota. (Sumber: www.akibanation.com)

Penulis memperhatikan beberapa masalah yang di hadapi oleh Bandai Model Kit Gundam mengenai kualitas produk yang kurang baik. Dilihat dari review Bandai model kit gundam di toko online tokopedia av hobby zone. dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan produk Bandai Model Kit Gundam dan harga yang terbilang cukup mahal untuk mainan robot di



kelasnya. Tetapi tidak di ikutin dengan kualitas produk yang baik, seperti tidak lengkapnya part yang ada pada gundam yang dibeli, dan kualitas produk yang kurang baik. Oleh karena itu perusahaan mainan dituntut agar dapat menunjukkan kualitas produk yang baik serta inovatif, variatif dan kreatif sesuai dengan kebutuhan konsumen. sebagai contoh Bandai mengeluarkan banyak varian produk dari harga yang relatif tinggi maupun rendah tetapi mempengaruhi segi kualitas produk. Harga Bandai model kit gundam di mulai dari grade paling bawah harga Rp. 100.000 hingga grade paling atas di harga Rp. 3.000.000.

Perusahaan mainan selain bersaing dari segi kualitas juga bersaing dari segi harga, Bandai dikenal dengan harga yang cukup mahal untuk sekelas mainan robot. Tetapi Bandai memiliki keistimewaan tersendiri jika membeli produk Bandai, Karna Bandai adalah merek original yang memproduksi mainan model kit gundam. Jadi mereka akan lebih memilih membeli produk Bandai yang Original dari pada membeli barang tiruan.

Melalui pemanfaatan keterikatan emosional yang kuat dari konsumen terhadap karakter fiktif atau dalam hal ini sebuah merk mampu menciptakan loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian berulang. Bandai merupakan satu-satunya perusahaan dari Asia yang mampu menguasai industri mainan di dunia berdasarkan nilai merk yang ia miliki. Nilai merk ialah nilai dari trademark serta produk-produk IP (Intellectual product) yang terhubung dalam satu merk perusahaan. Menurut data dari laporan Brand Finance (sumber: (www.brandirectory.com))

Persaingan dalam industri mainan tidak berbeda jauh dari industri lainnya, yaitu mengenai kualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2021:239), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau dirasakan. Kualitas memiliki dampak dalam jangka panjang pada performa produk atau layanan karena hal tersebut terkait erat dengan sebuah nilai dan kepuasan konsumen. Maka apabila pada suatu perusahaan memiliki produk yang berkualitas tinggi, hal tersebut dapat berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Selain dari kualitas produk, faktor lain yang dapat mendorong adanya keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi harga merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga yang di tawarkan.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), sebagai sejumlah uang yang dibayar konsumen untuk suatu barang atau jasa guna memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakannya. Kesan konsumen tentang harga memengaruhi pembelian mereka selanjutnya, apakah itu terlalu mahal, murah, atau standar. Kesan ini menciptakan nilai konsumen untuk produk atau jasa. Jika konsumen percaya bahwa suatu produk atau jasa terlalu mahal setelah membeli atau menggunakannya, maka konsumen enggan untuk kembali dan bisa jadi akan beralih ke tempat lain.

Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian. persepsi harga merupakan sebuah bahan pertimbangan yang penting dalam membeli sebuah produk karena harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan keputusan membeli konsumen. Harga produk bandai memang terkesan mahal dibandingkan dengan para pesaingnya

Dari hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang keputusan pembelian oleh peneliti-peneliti. Terdapat beberapa variabel yang menjadi faktor pengaruh keputusan pembelian pada konsumen seperti kualitas produk dan persepsi harga.

Hal ini di dukung oleh penelitian yang diteliti oleh Maharani (2019) yang meyelidiki dampak kualitas produk dan persepsi harga, memberikan bukti bahwa kualitas produk dan persepsi merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Namun hal ini tidak sejalan dan bertolak belakang pada penelitian yang diteliti oleh Syamsidar & Soliha (2019) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.



Batasan Masalah

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Bandai model kit gundam?
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian Bandai model kit gundam?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bandai model kit gundam di toko mainan av hobby zone manga dua square.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bandai model kit gundam di toko mainan av hobby zone manga dua square.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan penulis dalam melakukan penelitian ini memberikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Manfaat bagi perusahaan, bertujuan sebagai representasi dan masukan kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan dalam bentuk kualitas produk yang dijual dan persepsi harga agar dapat memberikan nilai positif terhadap perusahaan
2. Manfaat bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian, dengan melihat hasil penelitian ini agar menjadi gambaran untuk mengenali bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, dan juga penelitian ini dapat menjadi sumber referensi penelitian lain.

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:239), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau dirasakan..

Persepsi Harga

Persepsi harga menurut Tjiptono (2008) dalam Maharani (2019), mengacu pada seberapa baik konsumen memahami informasi harga, dimana harga menentukan keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:170), keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang akan dibeli.

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk dan keputusan pembelian merupakan dua hal yang sangat erat kaitannya, karna kualitas produk menjadi salah satu aspek pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi juga keputusan pembelian. Dan sebaliknya, jika kualitas produk yang diberikan semakin rendah, maka semakin rendah juga keputusan pembelian. Menurut hasil penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Anggraeni & Soliha (2019), Maharani (2019), Adhitama & Maskan (2018), Chandra, AP & Santoso, T (2019).

Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Persepsi harga sangat berpengaruh dalam penentuan keputusan pembelian, karna merupakan salah satu faktor dalam menentukan keputusan pembelian. Pandangan terhadap harga merupakan hal yang penting bagi pemasar. Semakin baik persepsi harga yang diterima konsumen, semakin tinggi juga

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

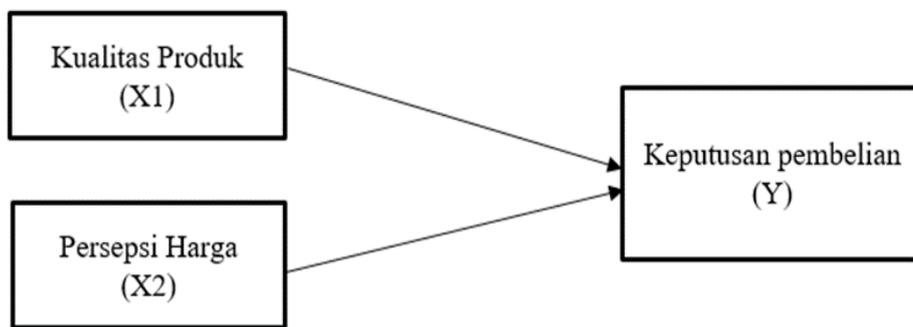


keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli. Dan sebaliknya juga jika semakin buruk persepsi harga yang diterima konsumen, maka semakin rendah juga keputusan konsumen untuk membeli. Menurut hasil penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Anggraeni & Soliha (2019), Maharani (2019), Adhitama & Maskan (2018), Chandra, AP & Santoso, T (2019).

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Selain kualitas produk, harga juga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan menilai apakah harga yang ditetapkan oleh penjual sebanding dengan keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian dengan manfaat, serta kesesuaian dengan kualitas produk. Ketika harga menunjukkan kesesuaian dengan keterjangkauan harga, daya saing harga, manfaat, dan kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

- H1: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Bandai model kit gundam di toko mainan av hobby zone manga dua square
- H2: Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Bandai model kit gundam di toko mainan av hobby zone manga dua square

METODE PENELITIAN

Objek penelitian dari penelitian ini adalah Bandai Model Kit Gundam di Toko Mainan AV Hobby Zone Mangga Dua Square. Populasi di penelitian ini merupakan Konsumen atau pelanggan yang telah melakukan pembelian di toko mainan AV hobby zone Mangga Dua Square. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil terdiri dari 100 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik Non probability sampling dan metode purposive sampling berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Konsumen atau pelanggan yang telah melakukan pembelian 3 bulan terakhir
- b. Konsumen atau pelanggan yang memiliki usia minimal 17 tahun.
- c. Konsumen atau pelanggan yang telah berkunjung ke AV hobby zone mangga dua square.

Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan teknik komunikasi, dan menyebarkan kuesioner secara online melalui *googleform*.

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda dengan pendukung software IBM SPSS Statistic 20.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Corrected Item Total Correlation (CITC)	Validitas (CITC > 0,361)	Cronbach's Alpha (CA)	Reliabilitas (CA > 0,6)
Kualitas Produk	X1.1	0,112	Tidak valid	0,738	Reliabel
	X1.2	0,465	Valid		
	X1.3	0,250	Tidak valid		
	X1.4	0,455	Valid		
	X1.5	0,594	Valid		
	X1.6	0,486	Valid		
	X1.7	0,454	Valid		
	X1.8	0,649	Valid		
Persepsi Harga	X2.1	0,421	Valid	0,692	Reliabel
	X2.2	0,654	Valid		
	X2.3	0,461	Valid		
Keputusan Pembelian	Y.1	0,367	Valid	0,720	Reliabel
	Y.2	0,601	Valid		
	Y.3	0,441	Valid		
	Y.4	0,650	Valid		

Sumber : Hasil data olahan SPSS 20

Berdasarkan pada tabel 4.1 hasil uji validitas dan reliabilitas diatas, kuesioner yang terdiri dari tiga variable dan 15 kuesioner yang telah dijawab oleh 30 responden. Memiliki hasil 13 kuesioner valid dan 2 kuesioner tidak valid, pada kuesioner X1.1 (Kualitas produk di pernyataan ke 1) dan X1.3 (Kualitas produk dipernyataan ke 3) memiliki nilai corrected item total correlation yang dibawah angka 0,361, maka pada kuesioner X1.1 dan X1.3 dinyatakan tidak valid dan tidak akan dipakai pada kuesioner selanjutnya.

Pada pengujian reliabilitas, cronbach's alpha yang dihasilkan dari variable X1 sebesar 0,738 , X2 sebesar 0,692, dan Y sebesar 0,720. Maka dari hasil pengujian tersebut dapat sebuah kesimpulan bahwa ke tiga variabel tersebut memiliki nilai diatas 0,6 yang artinya variable X1, X2, dan Y dinyatakan reliabel.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Analisis Deskriptif

Tabel 2
Hasil Uji Rata-rata dan Selang kepercayaan Kualitas Produk

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Atribut	Rata- rata	Selang Kepercayaan	
		Lower	Upper
Bandai model kit gundam memiliki kualitas bahan produk plastik yang bagus	4.33	4.20	4.46
Bandai model kit gundam memiliki keistimewaan tersendiri di banding produk pesaing	4.44	4.32	4.56
Bandai model kit gundam sangat minim kegagalan produk	4.35	4.20	4.50
Bandai model kit gundam memiliki buku petunjuk yang lengkap untuk merakit	4.42	4.29	4.55
Bandai model kit gundam memiliki branding yang kuat sehingga lebih unggul daripada merk pesaing lainnya	4.33	4.18	4.48
Bandai model kit gundam memiliki kualitas produk yang sangat baik sehingga minim perbaikan	4.44	4.30	4.58
Rata- rata Kualitas Produk	4.39	4.30	4.46

Sumber : Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 2 diatas menunjukkan hasil bahwa, kualitas produk memiliki hasil rata-rata sebesar 4.39 dengan selang kepercayaan dalam batas bawah sebesar 4.30 dan batas atas sebesar 4.46, maka dari hasil uji rata-rata dan selang kepercayaan dalam kualitas produk masuk kedalam rentang skala “sangat setuju”, karena rentang skala sangat setuju memiliki nilai minimal 4.20 – 5.00. Dengan demikian dapat dikatakan responden sangat setuju bahwa kualitas produk Bandai Model Kit Gundam baik yang meliputi kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas, dan serviceability.

Tabel 3
Hasil Uji Rata-rata dan Selang kepercayaan Persepsi Harga

Atribut	Rata- rata	Selang Kepercayaan	
		Lower	Upper
Harga Bandai model kit gundam sepadan dengan kualitas produk	4.41	4.28	4.54
Harga Bandai model kit gundam sepadan dengan manfaat yang saya rasakan	4.41	4.27	4.55
Harga Bandai model kit gundam sangat kompetitif	4.49	4.35	4.63
Rata-rata Persepsi Harga	4.44	4.33	4.54

Sumber: Hasil olahan data SPSS 20

Pada Tabel 3 menunjukkan hasil bahwa, persepsi harga memiliki hasil rata-rata sebesar 4.44 dengan selang kepercayaan dalam batas bawah sebesar 4.33 dan batas atas sebesar 4.54, maka dari hasil uji rata-rata dan selang kepercayaan dalam persepsi harga masuk kedalam rentang skala “sangat setuju” karena rentang skala sangat setuju memiliki nilai minimal 4.20 – 5.00. Maka konsumen setuju terhadap semua butir pertanyaan variabel persepsi harga yang terdapat pada kuesioner. Dari data nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen setuju terhadap harga yang diberikan dan manfaat yang di rasakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 4
Hasil Uji Rata-rata dan Selang kepercayaan Keputusan Pembelian

Atribut	Rata- rata	Selang Kepercayaan	
		Lower	Upper
Saya melakukan pembelian Bandai model kit gundam di AV Hobby Zone setelah mendapatkan informasi.	4.53	4.40	4.66
Saya melakukan pembelian Bandai model kit gundam di AV Hobby Zone berdasarkan merk yang terkenal	4.52	4.38	4.66
Saya melakukan pembelian Bandai model kit gundam di AV Hobby Zone untuk memenuhi keinginan	4.59	4.48	4.70
Saya membeli Bandai model kit gundam di AV Hobby Zone setelah mendapat rekomendasi	4.54	4.42	4.66
Rata-rata Keputusan Pembelian	4.54	4.45	4.63

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 4 diatas menunjukkan hasil bahwa, persepsi harga memiliki hasil rata-rata sebesar 4.54 dengan selang kepercayaan dalam batas bawah sebesar 4.58 dan batas atas sebesar 4.62, maka dari hasil uji rata-rata dan selang kepercayaan dalam persepsi harga masuk kedalam rentang skala “sangat setuju”, karena rentang skala sangat setuju memiliki nilai minimal 4.20 – 5.00. Maka konsumen setuju terhadap keputusan pembelian Bandai model kit gundam yang meliputi informasi yang diterima, pilihan merek, rasa keinginan dan kebutuhan, dan rekomendasi dari orang lain.

Uji Regresi Linear Berganda

A. Estimasi Persamaan Regresi

$$\hat{Y} = 1,934 + 0,253 X_1 + 0,338 X_2$$

Keterangan :

\hat{Y} = Keputusan pembelian

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Persepsi harga

Dilihat dari model persamaan regresi di atas memberikan gambaran sementara bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,253 dan koefisien regresi Persepsi harga sebesar 0,338 terhadap keputusan pembelian.

B. Asumsi Klasik

(1) Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

Sig.	Keterangan
0.520	Residual berdistribusi normal

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa nilai sig two tailed yang diperoleh yakni 0,520. Sesuai dengan ketentuan hasil signifikansi pada penelitian ini $> 0,05$, maka penelitian ini nilai residual berdistribusi normal.

(2) Heteroskedastisitas

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	0,168	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Harga	0,789	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai sig variabel independen yaitu kualitas produk (Sig. 0,168) dan Persepsi Harga (Sig. 0,789) $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas di dalam model regresi.

(3) Multikolinearitas

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	1,438	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Harga	1,438	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 7 diatas menunjukkan hasil yang diperoleh dengan ketentuan nilai VIF < 10 , nilai VIF Kualitas produk sebesar $1,438 < 10$, nilai VIF persepsi harga sebesar $1,438 < 10$ maka semua variabel tersebut tidak terjadi multikoloniaritas.

(4) Uji Kesesuaian Model (uji F)

Tabel 8
Hasil Uji Model (uji F)

Sig.	Keterangan
0.000...	Tolak H0

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 8 menunjukkan hasil pengolahan data diatas diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha yakni 0,05 maka tolak Ho dan terima Ha, Dari hasil uji F tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen yaitu kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) maka selanjutnya uji t dapat dilakukan.

(5) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Koefisien regresi standar	Sig. (1-tailed)	Keputusan
Kualitas Produk	0,253	0,244	0,008	Tolak H0

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Persepsi Harga	0,338	0,408	0,000	Tolak H0
Variabel Keputusan Pembelian				R ² : 0,336

Sumber: Hasil data olahan SPSS 20

Pada tabel 9 diatas menunjukkan hasil kualitas produk memiliki koefisien regresi standar sebesar 0,244 sedangkan persepsi harga memiliki koefisien regresi standar sebesar 0,408, yang artinya pengaruh yang paling kuat adalah persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

variabel kualitas produk memiliki nilai Sig 0,008 < 0,05, dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien regresi 0,253 kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. dan variabel persepsi harga memiliki nilai Sig 0,000 < 0,05, dapat dinyatakan bahwa variabel Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien regresi 0,338 yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu berdasarkan tabel diatas persepsi harga berpengaruh lebih dominan.

sedangkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,336 artinya variabel dependen (keputusan pembelian) dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas produk dan persepsi harga) yaitu sebesar 33,6%. Sedangkan sisanya (100% - 33,6% = 66,4%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah diperoleh, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dari hasil diatas telah diperoleh adanya hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Anggraeni & Soliha (2020) yang memperoleh hasil analisis dengan terdapatnya pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dan Penelitian terdahulu oleh Maharani (2019) yaitu Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk adalah salah satu materi marketing mix yang penting dikarenakan produk itu sendirilah yang akan dipasarkan dan dikonsumsi oleh konsumen baik itu berupa barang atau jasa, jika semakin baik kualitas produk yang dipasarkan Bandai Model Kit Gundam, maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Bandai Model Kit Gundam, hal tersebut dikarenakan konsumen yakin bahwa produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Hasil analisis yang sudah dilakukan menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan pengaruh secara signifikan persepsi harga pada sebuah keputusan pembelian, hasil tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah melakukan penelitian terdahulu yaitu oleh Chandra & Santoso (2019) yang memperoleh hasil persepsi harga memiliki pengaruh yang positif pada keputusan pembelian, dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syamsidar & Soliha (2019) yaitu menunjukkan hasil yang sama bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. dikarenakan harga relatif bagi konsumen, akan dianggap mahal atau tidak murah apabila harga tersebut untuk konsumen yang memiliki penghasilan rendah, namun sebaliknya harga tidak dianggap tinggi atau mahal bagi konsumen yang memiliki penghasilan yang besar. Dikarenakan persepsi sebuah harga akan menyesuaikan dari bagaimana kondisi lingkungan dan pasar yang dipasarkan, demikian apabila konsumen memiliki penghasilan yang besar maka harga yang ditawarkan akan tinggi juga, sebaliknya apabila konsumen memiliki penghasilan yang rendah atau kurang maka harga akan disesuaikan dengan kemampuan konsumen tersebut agar konsumen dapat melakukan pembelian tanpa kurangnya keuntungan dari perusahaan.

© Hak cipta milik IBIKKG. Seluruh isi dan gambar yang terdapat dalam dokumen ini adalah hak milik IBIKKG. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan kembali ke publik tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab empat dengan menggunakan berbagai instrument pengujian. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
2. Persepsi Harga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Saran

1. Bandai Model Kit Gundam harus tetap memperhatikan Kualitas Produk, terutama di bahan produk plastik yang digunakan harus di tingkatkan lagi kualitas nya dan Bandai Model Kit Gundam harus meningkatkan promosi untuk lebih di kenal lebih banyak orang lagi. karena Kualitas Produk merupakan faktor utama yang sangat mempengaruhi Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Karna semakin bagus kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi juga keputusam konsumen untuk membeli.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Bandai Model Kit Gundam di Toko Mainan AV Hobby Zone. Berdasarkan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan, Karna semakin baik persepsi harga yang di terima konsumen, maka semakin tinggi juga keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, T & Tantri, F (2018). Manajemen Pemasaran, Penerbit : PT Rajagrindo Persada, Depok
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2021). Principles of Marketing Global Edition 18th Edition. London: Pearson Education.
- Laksana, F. (2019). Praktis Manajemen Pemasaran. Penerbit : Khalifah Mediatama.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

- Adhitama, RM dan Maskan, M (2018) "Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Roti Boy MOG Malang" Volume:4 Nomor:2,



Anggraeni, AR & Soliha E (2020) “Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)” Al Tjjarah: Vol. 6 No. 3 (Special Issue) er (96-107) p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN:2528-2948 Available at: <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altjjarah>

Chandra, AP & Santoso, T (2019) “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan di Outlet Mini Melts Surabaya” Agora Vol. 7, No.1

Maharani, S (2019) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut” Vol. 2, No. 1, ISSN: 2622-6367 (ONLINE) QOTISHADEquity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pradana, D, Hidayah, S, dan Rahmawati (2019) “Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor” Available online: [http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA K I N E R J A Volume 14 \(1\)](http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA K I N E R J A Volume 14 (1))

Syamsidar, R dan Soliha, E (2019) “Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang)” JBE Vol. 26, (2): 146 - 154, Jurnal Bisnis dan Ekonomi <https://www.unisbank.ac.id/ojs; email:jbe@edu.unisbank.ac.id>

INTERNET

<https://www.statista.com/statistics/194395/revenue-of-the-global-toy-market-since-2007/> Total penjualan pasar mainan global 2019-2022

<https://id.wikipedia.org/wiki/Gundam> Informasi Mengenai Gundam.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

KARYA AKHIR MAHASISWA

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Lidia Angreni

NIM : 23199136

Tanggal Sidang : 02 Oktober 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Bandar model ke Gundam difoto'mainan AU Hobby zone Mangga Dua square

Jakarta, 10 / 10 20 23

Mahasiswa/I


Pembimbing
(Tumpal J.R. Sitinjak, Jr., M.M)

(Lidia Angreni)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Penyalinan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.