

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
LAPTOP ASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA

Elizabeth Haloho¹⁾, Maretta Ginting²⁾, Ronnie Togar Mulia Sirait³⁾, Eva Solita Pasaribu⁴⁾

¹⁾Universitas Katolik Santo Thomas Medan,^{2),3),4)}Universitas Sari Mutiara Indonesia

email: ¹⁾Elisabeth.haloho@gmail.com, ²⁾ronnie.sirait@gmail.com,

³⁾gintingmaretta11@gmail.com, ⁴⁾eva.solita.pasaribu@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze product quality and price, which have a positive and significant effect, either partially or simultaneously, on the interest in purchasing Asus laptops among students at the Faculty of Economics and Social Sciences, Sari Mutiara University, Indonesia. The research method used is a quantitative descriptive research method. The population in this study were consumers, totaling 375 students using Asus laptops. The technique for determining the sample in this research used Simple Random Sampling with a sample size of 100 respondents using the Slovin approach. The data measurement scale in this study uses a Likert scale. The data analysis techniques used are instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination testing (R²). The results of the research show that (1) the Product Quality variable has a positive and significant effect on buying interest, (2) the Product Quality Variable has a positive and significant effect on buying interest, and (3) the Product Quality and Price variables have a simultaneous positive and significant effect on buying interest .

Keywords : Product Quality, Price, Purchase Interest

PENDAHULUAN

Perkembangan industri teknologi yang semakin canggih, pemasaran yang memulai produknya berupa barang dan jasa yang diharuskan untuk dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sehingga bisa memberikan nilai yang baik bagi pesaing lainnya. Salah satu perkembangan yang dirasakan pada saat ini adalah perkembangan teknologi dan yang sering digunakan adalah laptop. Laptop saat ini sangat memberikan manfaat yang positif bagi kehidupan manusia yang memberikan banyak kemudahan untuk melakukan banyak hal serta cara baru untuk melakukan aktivitas (Rifqi, 2018).

Laptop merupakan suatu produk elektronik yang cukup dikenal oleh mahasiswa yang saat ini banyak digunakan, Laptop menjadi media yang dapat digunakan berkomunikasi dengan orang lain, mengerjakan suatu pekerjaan, presentasi dan menyimpan data, mengakses internet untuk mencari informasi dll. Merek dan kualitas yang baik dapat juga menjadi penguat dalam penjualan laptop yang terdapat beberapa syarat dari merek yang harus dipenuhi, diantaranya mudah untuk diingat menimbulkan kesan yang positif, serta tepat untuk promosi. Sehingga dapat berminat dalam membeli laptop yang dapat mendukung mobilitas sehari-hari (Sugiyanto 2021).

Laptop Asus merupakan produk yang cukup dikenal di Indonesia, bahkan di dunia laptop Asus juga salah satu perusahaan besar yang memproduksi laptop. Laptop Asus dengan merek yang sudah termasuk dalam golongan produk yang baik yang ditawarkan dengan harga yang relative terjangkau dibandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya. Selain itu juga perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen datang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan (Muhammad, 2018).

Meskipun laptop Asus memiliki banyak kelebihan namun tidak menutup kemungkinan laptop Asus ini memiliki keluhan bagi para konsumennya. Hal ini dapat dilihat dari hasil pra-survey yang sudah dilakukan pada konsumen laptop Asus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, dari 20 orang konsumen laptop Asus

menunjukkan bahwa laptop Asus memiliki keluhan diantaranya permasalahan overheating (panas) pada laptop Asus, *touchpad* yang bermasalah serta dan tidak jarang *hardisk* sering tidak terbaca. Hal ini membuktikan bahwa laptop Asus masih banyak memiliki kekurangan dan harus meningkatkan kualitas produknya. Karena ini dapat mempengaruhi angka penjualan dan membuat konsumen laptop Asus ini beralih dengan merek laptop yang lain dan dapat mengurangi minat beli konsumen.

Menurut Ali Hasan (Warni, 2021) Minat beli berhubungan dengan perasaan, dan keinginan, bila seseorang senang dan puas dalam memiliki produk atau jasa maka hal ini akan membuat minat beli konsumen akan kualitas produk yang ditawarkan, hal berhubungan dengan sikap, individu, yang berminat terhadap suatu produk yang mempunyai kekuatan dan dorongan untuk mendapatkan produk itu sendiri. Sehingga harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Disisi lain menurut Kotler (Sibastian,dkk,2021) Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa yang telah ditawarkan. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa menawarkan harga lebih rendah maka minat beli konsumen dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkan akan semakin meningkat. Pemilihan produk yang nantinya akan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga harga sering dikaitkan dengan kualitas produk. Konsumen cenderung memperhatikan harga untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam suatu produk kemudian akan dibeli baik tampilan, harga. Maupun kualitas produk itu sendiri. Konsumen memilih produk yang mereka inginkan untuk merasakan nilai dan manfaat produk itu sendiri, karena melihat kesempatan memiliki produk dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga ekonomis.

Menurut Armstrong (Subastian, dkk, 2021). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen merupakan karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga semakin baik kualitas yang telah ditawarkan perusahaan kepada konsumen maka konsumen berminat melakukan pembelian produk atau jasa.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengajukan suatu penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia"

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia?
2. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia?

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Sunyoto (Maulana,2019) Kualitas produk merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa yang berpengaruh pada memenuhi kebutuhan atau melebihi harapan. Suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang telah dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Menurut Wahyuningtias (Michael 2021) Kualitas produk memiliki indikator-indikator adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan dalam bekerja, hal ini berarti kemampuan perusahaan dalam memproduksi sebuah produk karena kemampuan juga mempengaruhi hasil akhir produk yang diproduksi oleh perusahaan.
2. Kemudahan penggunaan, kemudahan konsumen dalam menggunakan produk merupakan hal penting dari sebuah produk yang melambangkan baik atau tidaknya kualitas produk tertentu.
3. Daya tahan produk, kekuatan dari produk baik dari luar maupun dari dalam produk tersebut karena kekuatan produk menunjukkan produk yang mudah rusak atau produk yang dapat bertahan lama serta tidak mudah rusak.
4. Keunggulan produk, kelebihan yang dimiliki oleh produk tertentu untuk bersaing dengan produk pesaing lainnya.
5. Atribut produk, sebuah unsur yang terdapat dalam suatu produk contohnya berbagai macam fitur produk yang bermanfaat bagi konsumen saat menggunakan suatu produk tertentu.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Abdurrahman (2018: 109) Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan pada pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Gitosudarno dalam Sunyoto (2020:131) Harga merupakan nilai yang dinyatakan satu mata uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu dan dipasar tertentu, terhadap suatu produk tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (Putri, 2018) terdapat beberapa indikator dalam harga antara lain:

1. Keterjangkauan Harga
Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk harga dapat mereka jangkau.
2. Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk
Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relative mahal bila kualitas produk baik. Namun konsumen menginginkan produk dengan harga murah dan kualitas baik.
3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat
Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan adanya pertimbangan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produk dapat bersaing dipasar.
4. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga
Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

Minat Beli

Menurut Priansa (Dijihan, Tri 2021) minat pembelian konsumen merupakan keputusan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang menyakinkan bahwa barang atau jasa tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar.

Menurut Ferdinand (Abdul 2018) indikator-indikator minat beli sebagai berikut:

1. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
2. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
3. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
4. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, pada bulan November 2023. Populasi terdiri dari 375 mahasiswa pengguna laptop Asus. Pengambilan sampel dilakukan dengan Simple Random Sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, yang ditentukan berdasarkan pendekatan Slovin. Skala Likert digunakan untuk pengukuran data, dan teknik pengumpulan data melibatkan observasi, kuesioner, dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrument terdiri dari (1) uji validitas dan (2) uji reliabilitas.
2. Uji Asumsi Klasik terdiri dari (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, dan (3) uji heterokedastisitas.
3. Analisis regresi linier berganda.
4. Uji hipotesis terdiri dari (1) uji parsial (uji t) dan (2) uji simultan (uji F).
5. Uji koefisien determinasi (R^2)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Sminornov* dengan melihat tingkat signifikansinya. Distribusi data penelitian dinyatakan normal jika nilai probabilitas (sig) > 0,05. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Sminornov* adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Sminornov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	100
	Std. Deviation	.0000000
		.93106725
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.042
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Desember 2023

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi $0,053 > 0,05$ atau $0,053 \geq 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Gejala multikolineritas bisa dilihat melalui cuutof yang meliputi nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Gejala ini ditemukan apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,01$ atau sama dengan $VIF \leq 10$. Hasil pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.837	1.195
	Harga	.837	1.195

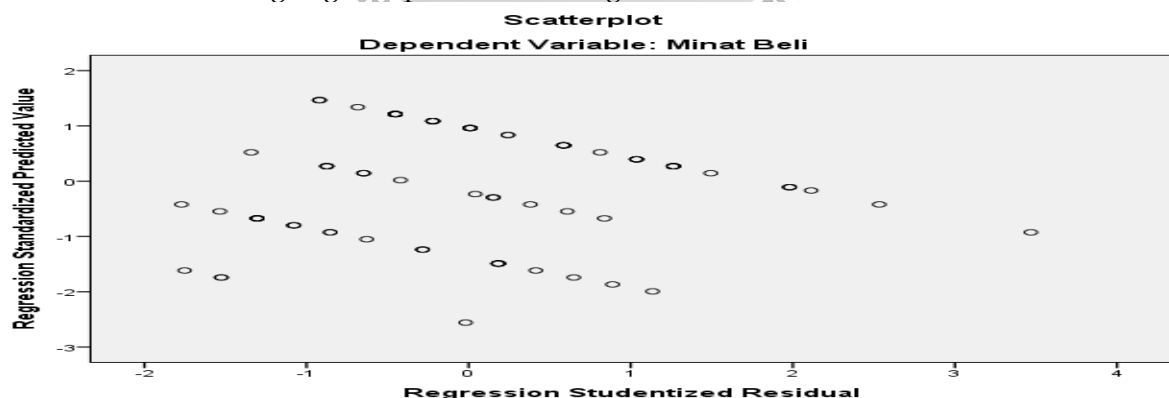
a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Desember 2023

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk setiap persamaan lebih besar dari 0,1, dan nilai VIF kurang dari 10. Khususnya, variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,837, yang lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF sebesar 1,195, yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung multikolinieritas, menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) tidak saling mempengaruhi.

c. Uji Heterokedastisitas

Penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan grafik plot adalah sebagai berikut :



Gambar 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Titik-titik dalam grafik tersebar secara acak (tidak membentuk pola). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. Hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Koefisien regresi berganda, t.hitung, F. hitung dan determinasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	F	Sig.	R Square	Adjusted R Square
	B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	-12.235	1.710		-7.155	.000	161.184	.000 ^b	.769	.764
Kualitas Produk	.214	.055	.208	3.893	.000				
Harga	1.387	.096	.772	14.464	.000				

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Desember 2023

Keterangan :

1. Persamaan regresi berganda : $\hat{Y} = -12,235 + 0,214X_1 + 1,387X_2$
2. Konstanta (α) = -12,235, menunjukkan bahwa jika Kualitas Produk dan Harga konstan, Minat Beli akan berkurang sebesar -12,235.
3. Koefisien b_{X1} = 0,214, mengindikasikan bahwa kenaikan satu satuan atau 1% dalam Kualitas Produk akan meningkatkan Minat Beli sebesar 0,214, dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien b_{X2} = 1,387, menunjukkan bahwa kenaikan satu satuan atau 1% dalam Harga akan meningkatkan Minat Beli sebesar 1,387, dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} = 3,893 > t_{tabel} (1,98472)$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Laptop merek Asus .
6. Variabel Harga memiliki nilai $t_{hitung} = 14,464 > t_{tabel} (1,98472)$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Laptop merek Asus.
7. Nilai $F_{hitung} = 161,184 \geq F_{tabel} \text{ tabel } 3,09$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya kualitas produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli Laptop merek Asus .
8. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,764 atau 76,40% artinya variabel Kualitas Produk dan Harga mampu menjelaskan sebesar 76,40% terhadap variabel Minat Beli sedangkan 23,60% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji t dan uji F , menunjukkan bahwa kualitas Produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap Minat Beli Laptop Asus. Perusahaan perlu memperhatikan kebijakan penetapan harga yang terjangkau, disesuaikan dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, untuk mencegah beralih ke produk lain. Untuk meningkatkan Minat Beli, perusahaan disarankan terus memberikan kualitas produk yang baik dan melakukan inovasi terbaru agar konsumen tetap tertarik dan tidak merasa bosan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang mempengaruhi Minat Beli, serta menambah jumlah dan kriteria sampel untuk hasil penelitian yang lebih komprehensif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief (2018) Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 7, No.1.
- Dijihan A. W. & Tri I. W. (2021) Pengaruh Harga dan kualitas Produk terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong) *e-Proceeding of Management*; Vol.8, No.5.
- Eka Prasetya, (2020) Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada PT Primajaya Multi Techonology.

- Hardayanti, & Prabantoro, Gatot. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Citra Merek (Brand Image) Dan Bintang Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Komestik Focallure. *Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia, jakarta*.
- Maimun, H, B, H. (2018) Pengaruh Harga, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen sepatu All Star Original. Skripsi.
- Martina Anggara H. & Rosi Devi Y. (2020) Pengaruh Strategi Penetapan Harga Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. Volume 5 Nomor 1.
- Maulana, F. (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Poyu).Skripsi.
- Michael R. A. & Yunita Budi R. S. (2021) Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal CAPITAL*, Volume. 3 No. 1
- Muhmadmmad Amir, (2018) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada PT. Genius Alva Makassar. *STIE Tri Dharma Nusantara Makassar*.
- Nico Rifanto Halim & Donant Alananto Iskandar (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 4, No. 3.

