

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA UD. PUTRI PPH-TUKKA KABUPATEN TAPANULI TENGAH

**Safran Matondang¹, Mhd. Shafwan Koto², Danu Irwan Zelani³,
Nanda Pratama Panggabean⁴**

Institut Bisnis dan Teknologi Al Washliyah,

Email : safranmatondang30@gmail.com, mhd.shafwankoto@gmail.com, dizelani@gmail.com,
nandapratama25051995@gmail.com

Abstrak

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dan pembeli UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah yaitu berjumlah 45 orang yang di jadikan Sampel yang di observasi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara Library Research (penelitian keperpustakaan) dan Field Research (penelitian lapangan). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yaitu dengan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS Statistics 26 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua data yang dimasukkan dalam model berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan grafik histogram yang berbentuk lonceng dan grafik normal PP Plot Standarized residual menunjukkan semua titik-titik data residual ketiga variabel mengikuti garis diagonal pada scater plot dan uji statistik Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai z $0,142 < \text{dari } Z$ 5% yaitu $0,23$ dan nilai probabilitas $0,23 > 0,05$. Masalah Heteroskedasitas dan multikolineritas tidak terdapat pada model, yang ditunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Nilai tolerance masing-masing variabel bebas $0,193$ dan $0,193$ diatas $0,1$ dan nilai Variance Inflation Factor $5,187$ dan $5,187$ tidak melebihi 10 . Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah dengan dibuktikan t hitung $0,050 < t$ tabel sebesar $2,01808$ dan nilai probabilitas $0,091 > 0,05$. Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena t hitung $5,052 > 2,01808$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Uji hipotesis secara serempak menunjukkan bahwa harga dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar $0,762\%$ dibuktikan dengan F hitung $67,366 > 2,01$ dan P . Value $0,002 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Desain Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan harus berusaha memfokuskan pada desain dan harga produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Kekhasan model atau desain produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari pengusaha mebel khususnya dalam pengembangan desain produk baru, karena konsumen dalam menentukan pilihan produk akan menilai serta membandingkan berbagai macam produk selain berdasarkan konsistensi manfaat dan juga berdasarkan kekhasan atau keunikan suatu produk dari produk lain yang sejenis. Kekhasan tersebut dapat diukur seperti dari warna, model, dan fitur produk yang akan dapat memenuhi selera konsumen. Pengalaman konsumen akan kekhasan model akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Persepsi harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian disamping kekhasan model suatu produk. Harga yang sesuai dengan

jumlah, keunikan, dan manfaat dari produk akan mendapat apresiasi yang baik oleh konsumen.

Harga berperan sebagai salah satu penentu dalam pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga juga harus berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka membayar dengan sejumlah uang untuk bisa merasakan manfaat dari produk yang dibeli. Jika konsumen menganggap bahwa harga terlalu mahal dari manfaat yang diperoleh, maka konsumen mungkin memutuskan untuk tidak membeli. Sebaliknya, jika konsumen menganggap harga telah sesuai dengan manfaat yang diterima, maka konsumen mungkin akan memutuskan untuk membeli.

UD. Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang furniture atau sering disebut dengan Mebel dimana harga produknya belum sesuai dengan manfaatnya dan harga pasar dan desain produknya belum ditingkatkan secara maksimal, sehingga berdampak pada hasil penjualan yang diperoleh. Padahal sebagaimana diketahui bahwa usaha-usaha mebel lainnya banyak sebagai pesaing UD. Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

Beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ragil Maulana Yusuf, 2018	Pengaruh Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Screamous Bandung	bahwa harga, desain produk dan keputusan pembelian konsumen pada distro Screamous Bandung sudah cukup baik. Secara parsial harga lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu sebesar 61,3%, sedangkan desain produk kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu sebesar 25,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2	Trihesti, RA Indriyani Ratna, 2010	Pengaruh Harga, Lokasi, Desain dan Fasilitas terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru	responden merasa harga yang ditawarkan pengembang sesuai dengan aspek-aspek lain yang melengkapinya, lokasinya cukup strategis dan sesuai dengan kebutuhannya, desain rumah yang dibuat menarik, dan fasilitas yang tersedia lengkap sehingga secara keseluruhan responden merasa puas.
3	Nur Achidah, Moh Mukeri Warso, Leonardo Budi Hasiholan 2016	Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT	promosi, harga dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya promosi, harga dan desain sebesar 45,3%, sedangkan sisanya sebesar 54,7% dapat dipengaruhi oleh sebab – sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel dalam arti harga dapat dirubah dengan cepat.

Harga juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk pengambilan keputusan dalam membeli, tetapi dalam keputusan pembelian konsumen tidak saja hanya terpaku pada harga tetapi terdapat pada faktor-faktor lain, diantaranya adalah kualitas kepercayaan terhadap merek tertentu, kemasan produk, pelayanan dan lain sebagainya.

Tujuan Harga Produk

Tujuan penetapan harga menurut Kotler dan Amstrong (2008:15) sebagai berikut :

1. Tujuan Berorientasi pada Laba

Tujuan ini mengandung makna bahwa perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing. Pilihan ini cocok dalam tiga pilihan yaitu, tidak ada pesaing, perusahaan beroperasi pada kapasitas maksimum, harga bukanlah merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

2. Tujuan Berorientasi pada Volume

Tujuan ini di landaskan pada strategi mengalahkan pesaing. Pada tujuan ini perusahaan akan melihat harga yang di patok oleh kompetitor kemudian menetapkan harga diatas atau dibawahnya.

3. Tujuan Berorientasi pada Citra (Image)

Dalam tujuan ini, perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau melayani pasar khusus. Biasanya perusahaan memiliki value tinggi akan menerapkan premium pricing.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Tujuan ini di lakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga satu perusahaan dan harga pemimpin industri

5. Tujuan lainnya

Harga dapat pula di tetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang.

Indikator Harga

Rangkuti Freddy (2009: 112) mengemukakan indikator harga adalah :

1. Penilaian mengenai harga secara keseluruhan

Harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat di analisa dengan melihat tanggapan yang diberikan konsumen terhadap harga tersebut, apakah konsumen telah menerima harga yang di tetapkan dengan manfaat yang di terima.

2. Respon terhadap kenaikan harga

Jika terjadi kenaikan harga dari suatu produk, sebaiknya di lihat bagaimana respon konsumen terhadap kenaikan harga tersebut, apakah akan mempengaruhi keputusan dalam membeli produk tersebut atautkah sebaliknya.

3. Harga produk tertentu di bandingkan produk yang sama apabila di tempat lain

Konsumen dalam menentukan produk yang akan di beli, akan membandingkan harga tersebut harga produk di tempat lain kebanyakan perusahaan dalam menawarkan produknya menetapkan harga berdasarkan suatu kombinasi barang secara fisik di tambah beberapa jasa lain serta keuntungan yang memuaskan.

Desain

Desain sangat penting terutama pembuatan dan pemasaran jasa eceran, busana, barang kemasan, dan peralatan tahan lama.

Desainer harus menemukan berapa banyak yang diinvestasikan dalam bentuk pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan

gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah dibuat dan didistribusikan. Bagi pelanggan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan disingkirkan. Desainer harus memperhitungkan semua faktor ini. “Pendapat atas desain yang baik sangat meyakinkan terutama bagi perusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak mempunyai anggaran iklan yang besar.

Desain Produk

Desain produk secara leksikal adalah aktivitas merancang suatu benda yang akan diolah dan diproduksi menjadi benda yang lebih bernilai dan bermanfaat. Produksi erat kaitannya dengan industri yang membutuhkan teknologi, manajemen, dan parameter teknis lainnya untuk dapat beroperasi.

Ruang lingkup yang digeluti oleh desain produk sangatlah luas, mulai dari kriya, alat peraga, alat transportasi, hingga ke perlengkapan rumah tangga. Jika dikelompokkan secara umum, maka ruang lingkup Desain Produk dapat dibagi menjadi:

- a) Desain produk peralatan
- b) Desain perkakas lingkungan
- c) Desain alat transportasi
- d) Desain produk kerajinan (Kriya)

Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Goenadhi, (2011:159), menyatakan ada 3 indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

1. Menarik perhatian
2. Melakukan pembelian
3. Memenuhi kebutuhan

METODE PENELITIAN

Populasi

Setiap pelaksanaan penelitian selalu berhadapan dengan objek yang diteliti, baik yang berupa manusia, benda maupun peristiwa yang dapat di jadikan sumber informasi. Untuk penelitian ini populasi berjumlah 60 orang diambil dari jumlah pelanggan / jumlah pembeli pada UD. Putri PPH, Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

Sampel

Menurut Husein Umar (2004:107) sampel adalah “bagian kecil dari suatu populasi”. Sedangkan untuk menentukan besarnya sampel, beberapa ahli membuat pendapatnya sesuai dengan sudut pandang yang digunakan.” sampel yang akan di gunakan yaitu sebanyak 45 orang.

Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Jenis variabel ada 2 macam yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent).

- a) Variabel bebas (Variabel X)

Variabel yang di duga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Sebagai variabel dalam penelitian ini adalah Harga dan sebagai variabel adalah Desain Produk.

- b) Variabel terikat (Variabel Y)

Variabel yang di duga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahului. Sebagai variabel Y adalah keputusan pembelian mebel.

Instrumen Penelitian

Aspek-aspek yang terdapat dalam angket adalah aspek harga, desain dan keputusan pembelian mebel. Jumlah pertanyaan sebanyak 30 item dengan dua pilihan yang diperinci sebagai berikut:

- a) Untuk aspek harga sebanyak 10 item
- b) Untuk aspek desain produk sebanyak 10 item
- c) Untuk aspek keputusan pembelian mebel sebanyak 10 item

Uji Validitas

Dikutip dari beberapa Pendapat dari daftar pustaka pengujian validitas adalah “ suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument, instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur”.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang ingin di ukur’. Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Masing-masing item (skor butir) dilihat kolerasinya.

Skor butir yang valid apabila kolerasinya $> 0,3$ maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid atau memiliki validitas konstruk yang baik.

Uji Realibilitas

Pengukuran realibilitas yang penulis gunakan adalah Internal Consistency Reability, Berisi tentang sejauh mana item-item instrumen bersifat homogen dan mencerminkan construct yang sama sesuai dengan yang melandasinya. Suatu konstruk atau variabel dikatakan rebiabel jika memberikan nilai cronbach Alpha $> 0,8$ reabilitas sangat baik, tinggi / meyakinkan. $0,7 < \text{Cronbach Alpha} < 0,8$ reabilitas baik dan Cronbach Alpha $< 0,7$ kurang meyakinkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Normalitas Data
2. Uji Heterokedastisitas
3. Uji Multikolinearitas

Analisa Korelasi

Sesuai dengan pendapat Pearson dalam Housen Umar (2005:207) untuk membuktikan adanya korelasi dinyatakan dengan koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus product moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien Korelasi Variabel X dan Y
 n : Jumlah Sampel
 x : Variabel Bebas (Independent Variabel)
 y : Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Besar kecilnya koefisien korelasi itu terletak antara + 1 dan – 1. Jika hasil perhitungan positif berarti korelasi antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya kuat. Untuk mengetahui tinggi rendahnya koefisien korelasi, Sugiyono, (2006 : 250) menyatakan sebagai berikut

- a) 0,00 s/d 0,199 = Korelasi sangat rendah

- b) 0,20 s/d 0,399 = Korelasi rendah
- c) 0,40 s/d 0,599 = Korelasi sedang
- d) 0,60 s/d 0,799 = Korelasi kuat
- e) 0,80 s/d 1,000 = Korelasi sangat kuat

Uji Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh aspek pemberian imbalan terhadap semangat kerja dapat dilakukan dengan menggunakan rumus perhitungan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Uji Regresi Linear

Untuk mengetahui pengaruh variabel X dengan variabel Y digunakan syarat regresi linear sederhana dengan menggunakan rumus berikut :

$$Y = a + bx, \text{ dimana :}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Uji Hipotesis

Selanjutnya untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus uji t. Menurut Suharsimi Arikunto (2006 :

250) rumus uji t adalah : $t = \frac{r \cdot \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$$Df = 2$$

Keterangan :

r : Korelasi X dan Y yang ditemukan

n : Jumlah Sampel

t : t Hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t Tabel

Dengan taraf signifikan 0,05 uji dua pihak dan dk = n – 2, hipotesis pengujian adalah :

Ha : Diterima, apabila t hitung yang diperoleh berada diatas nilai t tabel atau t hitung $\geq$ t tabel

Ho : Ditolak, apabila t hitung yang diperoleh berada dibawah nilai t tabel atau t hitung $\leq$ t tabel

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Corrected item total nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,300) dengan nilai terendah (0,309) dan tertinggi (0,522). Dengan demikian keseluruhan butir pertanyaan variabel dinyatakan valid dan memenuhi syarat alat ukur variabel Harga.

Corrected item total nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,300) dengan nilai terendah (0,360) dan tertinggi (0,639). Dengan demikian keseluruhan butir pernyataan variabel diatas dinyatakan valid dan memenuhi syarat alat ukur variabel Desain Produk.

Corrected item total nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,300) dengan nilai terendah (0,344) dan tertinggi (0,708). Dengan demikian keseluruhan butir pernyataan variabel dinyatakan valid dan memenuhi syarat alat ukur variabel Keputusan Pembelian.

Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil ujian reliabilitas pada variabel Harga, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian, seluruhnya menunjukkan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,6. Hasil ini berarti alat ukur yang digunakan memenuhi syarat yang diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Ada dua cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak, yaitu analisa grafik dan uji statistik,

a) Analisa Grafik

Pada analisa grafik histogram, dapat distribusi datanya adalah normal, Grafik normal pp plot bahwa distribusi data dari variabel Harga, Desain Produk dan Keputusan pembelian mendekati normal, ini di tunjukkan titik-titik pada scatter plot terlihat mengikuti data sepanjang garis diagonal.

b) Analisa Statistik

Hasil penelitian Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan = 0,23 dengan demikian data dari penelitian ini berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk melakukan uji R determinasi dan uji -t karena, 0,23 > 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas bahwa :

a) Nilai signifikansi variabel harga (X1) sebesar 0,938 lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel harga.

b) Nilai signifikansi variabel desain produk (X2) sebesar 0,999 lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel desain produk.

3. Uji Multikolinearitas

Disimpulkan bahwa nilai tolerance untuk masing-masing variabel (harga dan desain produk) adalah 0,193 dan 0,193. Nilai VIF untuk tiap variabel tersebut adalah 5,187 dan 5,187. Berdasarkan perhitungan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada seluruh variabel dalam model regresi tersebut.

Analisa Korelasi

Dari olahan SPSS 26, output koefisien korelasi bahwa terdapat hubungan yang positif antara harga (X1), desain produk (X2) dengan keputusan pembelian untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, dan berdasarkan pedoman tingkat interpretasi nilai r koefisien korelasi yang ditemukan antara harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,786 termasuk kategori tinggi, sedangkan korelasi desain produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,873 di kategorikan tinggi. Jadi terdapat hubungan yang tinggi dan positif masing-masing antara harga (X1) dan desain produk (X2) dengan keputusan pembelian (Y) pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

Uji Determinasi

Dari uji determinasi dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,762 % hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variabel-variabel yang terikat harga (X1) dan desain produk (X2) secara serentak dan sisanya sebesar 23,8 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas.

Uji Regresi Linear

Persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 6,117 + 0,009 X1 + 0,859X2$ hal ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a) Nilai konstanta regresi sebesar 6,117, menunjukkan bahwa pada harga, desain produk, dengan kondisi konstan atau $X = 0$, maka keputusan pembelian pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 6,117.

b) X1 (harga) koefisien regresinya sebesar 0,009 mempunyai pengaruh positif terhadap Y (keputusan pembelian). Artinya apabila semakin baik harga (X1) dengan asumsi

variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

- c) X2 (desain produk) koefisien regresinya sebesar 0,859, mempunyai pengaruh positif terhadap Y (keputusan pembelian). Artinya apabila semakin naik X2 dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

Uji Hipotesis

Setelah nilai koefisien regresi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menguji koefisien secara individu atau parsial.

- a) Variabel harga

Hipotesis : Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

- b) Variabel Desain Produk

Hipotesis : Ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian tentang Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian reabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,6. Hasil ini berarti alat ukur yang digunakan memenuhi syarat yang diandalkan.
2. Hasil pengujian normalitas dengan histogram yang berbentuk lonceng dan grafik normal PP Plot menunjukkan bahwa semua titik residual data ketiga variabel pada scatter plot mengikuti data disepanjang garis diagonal, serta uji statistik Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan = 0,23 dengan demikian data dari penelitian ini berdistribusi normal.
3. Berdasarkan uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas antara variabel harga dan variabel produk.
4. Berdasarkan uji multikolinieritas diperoleh nilai tolerance 0,193 dan 0,193. Nilai VIF untuk tiap variabel tersebut adalah 5,187 dan 5,187. Berdasarkan perhitungan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada seluruh variabel dalam model regresi tersebut.
5. Berdasarkan koefisien korelasi antara harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,786 termasuk kategori tinggi, sedangkan korelasi desain produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,873 di kategorikan tinggi. Jadi terdapat hubungan yang tinggi dan positif masing-masing antara harga (X1) dan desain produk (X2) dengan keputusan pembelian (Y) pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.
6. Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh $Y = 6,117 + 0,009 X1 + 0,859 X2$ yang menunjukkan pengaruh positif X1 (harga) koefisien regresinya sebesar 0,009, Artinya apabila semakin baik harga (X1) dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah. Variabel Komitmen pelanggan X2 (desain produk) koefisien regresinya sebesar 0,859, mempunyai pengaruh positif terhadap Y (keputusan pembelian). Artinya apabila semakin naik X2 dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian mebel pada UD.Putri PPH-Tukka Kabupaten Tapanuli Tengah.

7. Berdasarkan analisis Koefisien Determinasi yang diperoleh sebesar 0,762 % hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variabel-variabel yang terikat harga (X1) dan desain produk (X2) secara serentak dan sisanya sebesar 23,8 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas.
8. Berdasarkan uji t (uji hipotesa) yang dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel didapat bahwa nilai t hitung negatif lebih besar dari t tabel negatif yaitu $3,047 > 2,06390$. Karena t hitung negatif lebih besar dari t tabel negatif dan probabilitas value yang diperoleh sebesar $0,531 > 0,05$, maka dapat disimpulkan ada pengaruh yang tidak signifikan antara persepsi harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Akses Lintas Nusantara dan hipotesis yang diajukan ditolak. Untuk hipotesis pengaruh variabel Komitmen pelanggan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Akses Lintas Nusantara Sibolga juga terbukti karena t hitung 9,373 lebih besar dari pada t tabel 2,06390 atau nilai probabilitas value sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ (5 %) sehingga dapat disimpulkan bahwa Komitmen pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Akses Lintas Nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi. RinekaCipta: Jakarta.
- Mudrajat, kuncoro, 2009. "Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi", Erlangga, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2008. Manajemen Penelitian, Jakarta: Rhineka Cipta.
- Arikunto, Suharmisi 2006. Metode penelitian kualitatif. Jakarta: Bum Aksara.
- Azwar, Saifuddin, 2007. Metode Penelitian. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Alma, Buchari, 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Basu Swastha, 2003. Azas-azas Marketing. Yogyakarta: Liberty.
- Furchan, 2000. Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan. Usaha Nasional. Surabaya.
- Goenadhi, Lidya, 2011. "Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin" jurnal manajemen dan akuntansi, vol.12,No.2.
- Husein Umar, 2004. Metode Penelitian. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Armstrong, 2005. Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M, 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonimi. Jakarta : Erlangga.
- Peter, Olson, 2000. Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti Freddy, 2009. strategi promosi yang kreatif, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sutojo, Kleinstaub F, 2012. Strategi manajemen pemasaran. Jakarta : Damar Mulia Pustaka.
- Situmorang, Lufthi, 2012. Analisis Data : Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis, edisi 2 USU Press, Medan.
- Sugiono, 2007. "Metode Penelitian Kuantitatif ,kualitatif dan R&D" Alfa Beta.
- Sugiono, 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfa Beta.
- Setiadi, J Nugroho, 2003. Perilaku Konsumen, Konsep dan Impliksi untuk Strategi dan Pengertian Pemasaran. Prenada Media, Jakarta.
- Schiffman, Kanuk. 2000. Consumer Behavior. Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New jersey.
- Tatik Suryani, 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet, Yogyakarta: Graha Ilmu, h.10.
- Tjiptono, Fandy, 2008. Strategi pemasaran, Yogyakarta : Andi.

Ulrich, K.T., Eppinger, S.D. 2008. Product Design and Development. 4th Edition, McGraw-Hill: New York.

Zain, Badudu, 2004. Kamus Besar Bahasa Indonesia, www.google.com, 04 juni 2020.