

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. MUSTIKA RATUBUANA INTERNASIONAL Tbk.

Aries Tantya Finis¹ & Drs. Handoyo Djoko W, M.SI²

E-mail: ariestantya4@gmail.com

ABSTRACT

The decision to purchase some products for beauty that made by women in generally is a reasonable thing to do. Similarly, purchasing decisions of products PT . Mustika Ratubuana International Tbk , which is done by the student Fisip Diponegoro University . Thus , this study will focus on the results that show about the product purchasing decisions PT . Mustika Ratubuana International Tbk that taken by the respondent

The purpose of this study was to determine the presence or absence of the influence of product quality, price and brand image on product purchasing decisions PT . Mustika Ratubuana International Tbk . The case study at the student of Fisip University Diponegoro . The type of this research is explanatory research . Mechanical sampling using non probability sampling which accidental sampling method and purposive sampling . The number of samples taken by 100 respondents . in this research used SPSS version 21.0.

Based on the results of the descriptive analysis of 49% indicates that the variable quality of the products included in the category quite well . 44 % indicates that the variable price included in the category of price , 48 % showing that the brand image variables included in both categories. Based on the calculation of the correlation coefficient and the coefficient of determination shows that the purchasing decision can be explained by 82.7 % by the variable quality of product , price and brand image while the rest of 17,3 explained by other factors . Based on the calculation of F test shows that there is influence between product quality , price and brand image to the purchasing decision .

The Suggestions in this research is to improve product quality in both the packaging and the benefits of the product . Moreover in terms of price , the price of conformity with quality products must also be upgraded and improved.

Keywords : The Influence of Product Quality , Price and Brand Image Againts Purchasing Decision

ABSTRAK

Keputusan pembelian akan produk kecantikan yang dilakukan oleh wanita pada umumnya sudah wajar untuk dilakukan. Begitu pula keputusan pembelian dari produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk, yang dilakukan oleh mahasiswi Fisip Universitas Diponegoro. Penelitian ini akan terfokus kepada hasil yang menunjukkan tentang keputusan pembelian produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk yang dilakukan oleh responden

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk. yang studi kasusnya pada mahasiswi Fisip Universitas Diponegoro. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *Accidental sampling* dan *Purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini dibantu oleh sistem SPSS 21.0

Berdasarkan hasil analisa deskriptif sebesar 49% menunjukkan bahwa variable kualitas produk termasuk dalam kategori cukup baik. 44% menunjukkan bahwa variable harga termasuk dalam kategori murah, 48% menunjukkan bahwa variable citra merek termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan sebesar 82,7% oleh variabel kualitas produk, harga dan citra merek sedangkan sisanya sebesar 17,3 dijelaskan oleh factor lain. Berdasarkan perhitungan Uji F

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Saran dalam penelitian ini adalah meningkatkan kualitas produk baik dalam kemasan maupun manfaat dari produk. Selain itu dari sisi harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk juga harus di perbaiki dan di tingkatkan.

Kata kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

¹ Aries Tanya Finis., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

²Drs. Handoyo Djoko W, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Pendahuluan

Dewasa ini perawatan kecantikan merupakan hal yang penting khususnya bagi para wanita. Hal itu menyebabkan banyaknya perusahaan yang menawarkan produk perawatan kecantikan seperti perawatan wajah atau tubuh dan kosmetik. Perusahaan tersebut akan bersaing dalam hal kualitas produk harga dan citra merek demi memenangkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk merupakan salah satu perusahaan besar yang ada di Indonesia. PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk sudah berdiri sejak tahun 1975 dan sudah memiliki banyak cabang distributo baik itu di dalam negeri maupun diluar negeri karena PT. Mustika Ratubuana Internasional telah memasarkan produknya sampai ke kawasan Asia.

Berdasarkan data penjualan yang didapatkan oleh peneliti terdapat masalah yakni ketidaktercapainya target penjualan dan realisasi yang menurun. Berikut laporan penjualannya :

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Perubahan Target (%)	Pencapaian Target (%)	Perubahan Realisasi Penjualan (%)
2012	25.091.000.000	23.623.000.000	-	94,14 %	-
2013	22.102.000.000	23.572.000.000	- 11,91 %	106 %	-0,21 %
2014	31.423.000.000	23.483.000.000	42,17 %	74,73 %	-0,37 %
2015	43.607.000.000	27.694.000.000	38,77 %	63,50 %	17,93 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hanya pada tahun 2013 target penjualan dapat tercapai. Sedangkan pada tahun 2012, 2014 dan tahun 2015 target penjualan tidak tercapai secara maksimal. Itu berarti keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen mengalami naik turun. Hal tersebut dapat terjadi pasti berdasarkan atas faktor tertentu. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk. Dengan kualitas produk yang baik dan terdapat akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. Selain itu faktor harga juga mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Karena dengan harga produk yang sesuai dan terjangkau akan memudahkan konsumen dalam membeli produk tersebut. Selain kualitas produk dan harga, citra merek dari perusahaan juga akan mempengaruhi keputusan pembelian, karena citra merek telah mewakili gambaran keseluruhan dari perusahaan.

Berdasarkan latarbelakang tersebut, peneliti memberi judul dalam penelitian ini yakni Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk.

Kajian Teori

Pemasaran

William J. Stanton dalam Basu Swastha (2000 : 4) pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan yang di tujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial.

Selain itu pemasaran juga memiliki sebuah konsep dalam melakukan pemasaran. Menurut Philip Kotler (2003 : 21) mengatakan bahwa konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang di harapkan secara lebih efektif dan efisien di bandingkan para pesaing. Konsep pemasaran bersandar pada empat fokus utama yaitu fokus pasar, orientasi terhadap pelanggan, pemasaran yang terkoordinir, dan kemampulabaan.

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Amstrong (2001 : 99) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya

Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2002 : 151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang di tukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sehingga penetapan harga pada suatu produk sangat penting untuk di perhatikan karna hal tersebut akan mempengaruhi terhadap nilai yang akan di dapat oleh pelanggan.

Citra Merek

Citra Merek menurut simamora (2003 : 57), citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Hasil interpretasi bergantung pada dua hal yaitu, bagaimana konsumen melakukan interpretasi yang di pengaruhi oleh aspek konsumen atau lingkungan dan informasi apa saja yang diinterpretasikan.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2007: 167) adalah Keputusan untuk meneruskan atau tidak meneruskan pembelian. Berdasarkan beberapa pendapat ahli dapat di simpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan untuk meneruskan atau tidak meneruskan pembelian dan terdapat pola dalam konsumen mengambil keputusan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luffi Sidrotul M, menghasilkan hasil yang positif signifikan antara kualitas produk, iklan dan brand image terhadap keputusan pembelian sabun cair lux. Penelitian terdahulu oleh Kurnia Akbar menghasilkan hasil yang positif signifikan antara harga, brand image dan atribut prouk terhadap keputusan pembelian handpone merek samsung. Penelitian terdahulu oleh Nurul S. Menghasilkan hasil yang positif signifikan antara citra merek, promosi penjualan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk mie sedap.

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka sebelumnya maka peneliti mencoba untuk merumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, apakah hasil penelitian akan menerima atau menolak hipotesis tersebut, sebagai berikut:

Metode Penelitian

- 1. diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian**
- 2. diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian**
- 3. diduga terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian**
- 4. diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian**

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research* . Unit analisis dalam penelitian ini adalah data pejualan dari PT. Mustika Ratubwana Internasional Tbk. Dengan uji yang akan dilakukan yakni analissi kualitatif dan analisis kuantitatif.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1
hasil uji korelasi, uji determinasi, regresi sederhana, uji t terhadap Keputusan Pembelian

No.	Variabel	Uji Korelasi	Uji Determinasi	Regresi Sederhana	Uji T	Kesimpulan
1	Kualitas Produk	0,848	71,9%	$Y=3,097+0,884$	Signifikan	Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Harga	0,934	87,2%	$Y=1,272+0,934$	Signifikan	Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Citra Merek	0,940	88,3%	$Y=1,538+0,940$	Signifikan	Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa uji korelasi, uji determinasi, regresi sederhana dan uji variabel kualitas produk, harga dan citra merek masing-masing terhadap keputusan pembelian. Di dapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan uji secara bersama didapatkan hasil sebagai berikut :

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	459.364	3	153.123	92.914	.000 ^b

Residual	158.208	96	1.648
Total	617.572	99	

Kesimpulan yang didapat yakni variabel kualitas produk, harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat tingkat keeratan hubungan yang kuat antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat antara harga dengan keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat antara citra merek dengan keputusan pembelian. Variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Uji secara bersama-sama menghasilkan hasil bahwa variabel kualitas produk, harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberi saran bagi penelitian selanjutnya dan pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian ini yaitu:

1. Sebagai sebuah perusahaan yang besar di Indonesia hendaknya PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk, harus selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produknya sehingga konsumen merasa yakin dan memilih produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk sebagai produk yang akan di beli karena mampu menjawab segala kebutuhan konsumen. Selain itu kemasan dari produk harus di perbaiki atau di buat lebih menarik sehingga konsumen dapat melakukan pembelian atas produk tersebut mengingat pada persepsi responden yang dibahas pada bab sebelumnya kemasan produk berada pada batas bawah dari mean skor variabel sehingga hal tersebut patut di perbaiki.
2. Harga pada sebuah produk akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen. Harga produk dari PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk sudah tergolong murah dan terjangkau bagi konsumen. Hal ini harus dipertahankan supaya tingkat keputusan pembelian produk bisa semakin tinggi. Namun untuk kesesuaian harga dengan kualitas produk harus diperbaiki karena pada persepsi responden, kesesuaian harga dengan kualitas produk berada pada batas bawah mean skor variabel harga. Sehingga hal tersebut sebaiknya diperbaiki.

3. Citra merek sebuah produk akan melambungkan citra dari perusahaan. Sehingga citra merek sebuah produk akan mempengaruhi keputusan pembelian akan produk tersebut. Dengan menjaga citra merek, perusahaan akan mampu menjaga pula keputusan pembelian yang di lakukan oleh konsumen. Selain itu membuat desain logo yang lebih menarik dengan menambahkan warna yang cerah dapat dilakukan sehingga konsumen mudah untuk mengingat desain logo dari PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk.
4. Keputusan pembelian produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk sudah tergolong tinggi. Namun hal ini harus senantiasa di jaga dan di tingkatkan supaya konsumen yang sudah merasakan produk PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk ini dapat merekomendasikan produk kepada orang lain. Sehingga akan semakin banyak konsumen yang akan membeli produk dari PT. Mustika Ratubuana Internasional Tbk. Mengingat pada persepsi responden yang dibahas pada bab sebelumnya, mendapatkan hasil bahwa indikator rekomendasi dari orang lain berada pada batas bawah mean skor variabel keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan di sertai ilmu manajemen*. Universitas Diponegoro
- Bilson, Simamora. 2003. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif & profitable*. Jakarta : PT. Gramedia Utama
- Cooper, DR dan Emory, CW. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis, edisi kelima*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta : Salemba Empat,
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT. Indeks,
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2001. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta ; Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas*. Jakarta : Erlangga
- Kurnia, Akbar . 2013. *Analisis Pengaruh harga, brand image, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphome jenis samsung android*
- Pradityo, Wisnu. 2014. *Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk susu L-Men*
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Kencana*
- Setyaningrum, Nurul. 2013. *Pengaruh Kualitas produk, citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk mie sedap*
- Sidrotul, Luffi M. 2014. *Pengaruh Kualitas produk, iklan dan brand image terhadap keputusan pembelian sabun mandi lux cair*
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfa Beta
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfa Beta
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung : IKAPI
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung. Alfa Beta,
- Swastha, Basu, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Swastha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan. Modern.* Jakarta : Liberty
Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran Edisi pertama.* Yogyakarta L Andi Ofset,
Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi pemasaran edisi pertama.* Yogyakarta : AndiOfset
Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. AndiOfset
www.mustikaratu.co.id
www.Jateng.bps.go.id