



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**

Fakultas Ekonomi Unisma

website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

PENGARUH HARGA DAN DESAIN TERHADAP MINAT PEMBELIAN DI DISTRO OVERTOUN MALANG

By :

Muhammad Syaiful Rojikin *)

Syifulrojikin592gmail.com

Muhammad Mansur **)

M. Khoirul ABS)**

ABSTRACT

Marketing management is the art and science of choosing the target market and reaching for maintaining and growing customers by creating.

This study aims to determine how much influence the harha and design have on consumers' interest in being Overtoun Distro Malang. The results of this study

indicate that prices and designs can be said to be good. Pricesand designs have an effect of 21% on buying interest

Keywords: Price, Design, Purchase Interest

PENDAHULUAN**LATAR BELAKANG**

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki banyak kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan primer dan sekunder, salah satunya adalah *fashion* atau kebutuhan akan pakaian. Dukungan *Fashion* di Indonesia saat ini didukung oleh pemerintah, dukungan ini sangat besar mulai dari pemberian bantuan kepada pengusaha lokal hingga peningkatan peluang pasar melalui pemaksimalan dalam menciptakan tren, inovasi, hingga promosi.

Salah satu usaha *fashion* yang diminati di Indonesia adalah usaha Distro. Setiap kota di Indonesia sangat banyak sekeali gerai *Fashion* Distro. Distro pada awalnya diperkenalkan oleh kalangan independen. Distro merupakan gerai *fashion* yang sangat identik dengan anak muda mulai dari kalangan remaja hingga dewasa yang menjual barang-barang seperti pakaian, celana sepatu dan aksesoris lainnya dalam bidang *fashion*.

Perkembangan Distro di Kota Malang bisa dibilang sangat pesat dalam waktu 10 tahun terakhir ini (suryamalang.com, diakses Minggu 13 September 2015 pukul 21 : 44). Pelaku industri Distro terus bermunculan di Kota Malang. Wajar Kota Malang saat ini menjadi surga bagi para pengguna *fashion*, yang terkenal dan sudah besar saat ini adalah terdapat nama Distro seperti *Heroin*, *Inspired27* dan masih banyak lagi yang lainnya. Seiring berjalannya waktu Kota Malang selalu bermunculan distro distro baru yang mampu memanjakan para penggemar *fashion* bagi kalangan anak muda. Dengan begitu, konsumen memiliki kesempatan banyak untuk memilih *fashion* produk di Kota Malang. Seperti halnya, Distro Overtoun yang berada di Jalan Raya Gadang No.1A Kav.1. Kota Malang yang saat ini mampu menggebrak *Industry* Distro di Kota Malang.

Dengan berkembangnya Distro di Kota Malang ini, menyebabkan persaingan antar perusahaan yang bergerak dalam bidang *fashion* semakin kompetitif. Hal ini membuat perusahaan dituntut untuk bisa melihat peluang yang ada dan strategi baru untuk menarik konsumen, sehingga bisa menerima produk kita dan mempertahankannya.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1). Apakah harga dan desain berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian distro overtoun Malang? 2). Apakah harga dan desain berpengaruh secara parsial terhadap minat pembelian distro overtoun Malang?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui: 1). Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan desain terhadap minat pembelian secara simultan pada distro overtoun Malang, 2). Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pada distro overtoun Malang.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat dengan sasaran hendak dibidik sesuai dengan sosial perkembangan jaman dan teknologi, bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan referensi bagi peneliti lebih lanjut dan menambah hasil kajian ilmiah serta memberikan sumbangan terhadap kemajuan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran.

TINJAUAN TEORI**HARGA**

Menurut Umar (1999) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan yang mengambil manfaat.

DESAIN

Menurut Margaret (2006) desain adalah pengembangan konsep desain hingga pemilihan konsep akhir untuk kemudian diproses produksi menjadi produk jadi.

MINAT PEMBELIAN

Menurut Simamora (2002) minat pembelian adalah suatu yang pribadi berhubungan dengan sikap individu yang mempunyai keinginan pada suatu obyek

METODE PENELITIAN**JENIS LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN****JENIS PENELITIAN**

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif (riset untuk mendiskripsikan sesuatu). Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu keadaan yang apa adanya saat penelitian dilakukan. Arikunto (2005).

LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Distro Overtoun dengan alamat Jalan Raya Gadang No.1A Kav.1 Malang. Lokasi tersebut di pilih atas dasar tempatnya yang strategis.

WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2017 sampai Oktober 2017

DEVINISI OPERASIONAL VARIABEL

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasional variabel penelitian sebagai berikut.

1. Minat Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Kaller 2003, Minat Pembelian adalah sebuah perilaku konsumen yang mempunyai keinginan membeli

2. Harga (X1)

Menurut Philip Kotler 2008, Harga adalah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

3. Desain (X2)

Menurut W.J Stanton 1981, Desain adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, Harga nama baik perusahaan, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta layanan pengecer yang diterima pembeli demi memuaskan keinginan

SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA**SUMBER**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer menurut (Indrianto dan Supomo, 2014) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya.

METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode dengan mengumpulkan sumber data primer, untuk memecahkan permasalahan, yang kemudian data diolah untuk menemukan suatu solusi untuk permasalahan yang diteliti.

METODE ANALISIS DATA

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisa kuantitatif yaitu dengan mengumpulkan, mengolah, dan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga memberi keterangan yang benar. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows v 14*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

DISKRIPSI HASIL PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya yang menjadi subyek dari penelitian ini adalah peminatan produk di Distro Overtoun Malang

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010), Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

b. Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2002), Reabilitas adalah suatu instrumen dikatakan reabiliti apabila dapat mengukur variabel dengan hasil yang akurat atau dapat dipercaya agar dapat digunakan untuk alat pengumpulan data karena sudah dianggap baik

2. Uji Normalitas Data

Berdasarkan pengujian normalitas tersebut, didapatkan nilai sig lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan uji normalitas tersebut terpenuhi.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02399740
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.052
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.599
Asymp. Sig. (2-tailed)		.866

Pengujian asumsi normalitas menghasilkan statistik uji komogorov smirnov sebesar 0,599 dengan probabilitas sebesar 0,866, hal ini menunjukkan nilai sig > 0,05 dan berdistribusi normal dan terpenuhi.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.655	1.418		2.577	.012		
Harga	.221	.083	.248	2.650	.010	.991	1.009
Desain	.352	.085	.387	4.142	.000	.991	1.009

Berdasarkan hasil dapat diketahui semua variabel bebas menghasilkan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Dengan demikian analisis penelitian ini dinyatakan tidak mengandung gejala multikolinieritas.

b. Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.261	.800		1.576	.118
Harga	-.023	.047	-.053	-.499	.619
Desain	-.011	.048	-.023	-.221	.826

Diketahui nilai signifikansi pada masing masing variabel > 0,05

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.655	1.418		2.577	.012
Harga	.221	.083	.248	2.650	.010
Desain	.352	.085	.387	4.142	.000

Berdasarkan hasil linier berganda ini dapat diketahui linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,655 + 0,221 (X_1) + 0,352 (X_2)$$

Persamaan ini menunjukkan hal sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 3,655 mengindikasikan bahwa apabila tidak ada variabel harga dan desain maka minat pembelian bernilai konstan sebesar 3,655
2. Koefisien variabel harga sebesar 0,221 mengindikasikan bahwa variabel harga mengalami kenaikan sebesar 0,221 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan
3. Koefisien variabel desain sebesar 0,352 mengindikasikan bahwa variabel desain mengalami kenaikan 1 skal, maka variabel minat pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,352 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

5. Uji hipotesis

a. Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.450	2	14.225	13.268	.000 ^a
	Residual	95.420	89	1.072		
	Total	123.870	91			

Hasil pengujian tersebut menunjukkan signifikansi < 0,05, Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan pada variabel harga desain dan minat pembelian.

b. Uji T (Parsial)

1) Harga terhadap minat pembelian

Berdasarkan hasil uji ini dapat dijelaskan bahwa nilai t sebesar 2,650 dengan signifikansi 0,010, hal ini menunjukkan signifikansi $<0,05$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan.

2) Desain terhadap minat pembelian

Berdasarkan hasil ini di jelaskan nilai t hitung sebesar 4,142

6. Uji Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.479 ^a	.230	.212	1.03544

Koefisien determinasi R^2 mempunyai nilai sebesar 0,212, nilai ini menunjukkan bahwa harga desain menyebabkan perubahan minat pembelian sebesar 21,2% sedangkan sisanya 78,8% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dinyatakan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga membuktikan memiliki pengaruh positif, dan secara parsial variabel desain memiliki pengaruh positif

SIMPULAN DAN SARAN**SIMPULAN**

1. Pada ujian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu harga dan desain secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian desain, apabila harga tepat dan desain tepat maka minat pembelian akan meningkat
2. Pada uji parsial dapat disimpulkan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian, apabila harga terjangkau maka akan memengaruhi minat pembelian. Kemudian pada desain secara parsial pengaruh positif dan signifikan, hal ini berarti apabila desain sesuai harapan maka akan meningkatkan minat beli konsumen

KETERBATASAN

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel konsumen distro dalam waktu 3 bulan saja.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang dipertimbangkan

SARAN

1. Peneliti selanjutnya di harapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sampel yang lebih banyak.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel.
3. Peneliti selanjutnya dapat meneliti di tempat lain selain di distro overtoun Malang.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsmini, 2002, *Metode Penelitian*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharmini, 2005, *Manajemen Penelitian*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan, 2013, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta, Prenada Media Group.
- Ferdinand, Augusty 2002, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Universitas Dipenogoro.
- Ferdinand, Augusty, 2011 *Metode Penlitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Menulis Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen, Edisi Ke Tiga*, Semarang, Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam, 2007 *Analisis Multivariate Dengan Metode Program SPSS, Cetakan Ke Lima*, Semarang, Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, Edisi Ke Lima*, Semarang, Universitas Dipenogoro.
- Keller, Kevin Lane, 2006, *Marketing Manajemen*, Person Education Inc.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane, 2003, *Manajemen Pemasaran , Edisi Ke-12, Cetakan III*, Ahli Bahasa Oleh Benyamin Molan.
- Kotler, Phillip, 1997, *Manajemen Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*, Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler, Phillip., Bowen, John T dan Makens, James C, 1999, *Marketing For Hospitality and Tourism, Second Edition*. New York, Prentice hall Inc, Upper Saddle River.
- Kotler, Phillip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, PT. Ideks Kelompok Gramedia.
- Lavetian, Puspita, 2015 *Analisis Pengaruh Desain, Kualitatif Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung*, Peneliti Terdahulu, Jurnal Skripsi.
- Lidyawatie, 1998, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi Dengan Perilaku Konsumtif, Skripsi*, Surakarta, Fakultas Psikologis UMS.
- Margaret, Masterman, 2006, *Kajian Budaya Feminis, Tubuh, Sastra dan Budaya Pop*, Yogyakarta, Jalasutra.
- Muhajirin, 2013, *Jurnal Desain Produksi Pengertian dan Ruang Lingkupnya*.
- Nagle dan Holden, 1995, *The Strategic and Tactics of Pricing, Edisi Ke Dua*, Prentice Hall, HJ.
- Pepadri, Isman, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Erlangga.
- Priyono, Sugeng Agus, 2013, *Sistem Manajemen Bandwidth Dengan Prioritas Alamat IP Client*, Jurnal Penelitian.

-
- Priyono, Sugeng Agus, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Surabaya, Zifatama Publishing.
- Sanusi, Anwar, 2004, *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke Empat*, Jakarta, Salemba Empat.
- Sanusi, Anwar, 2014, *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke Empat*, Jakarta, Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie L, 2000, *Consumer Behaviour*, New York, Prentice Hall.
- Simamora, Henry, 2002, *Paduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri, 1995, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, LP3S.
- Stanton, William J, 2004, *Pemasaran Manajemen Modern*, Jakarta, PT. Grasido Persada.
- Sugianto, 2001, *Anggaran Perusahaan Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugianto, 2014, *Pengaruh Periklanan Promosi Penjualan dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Susu Nutrilion di Kota Padang*, Padang, Fakultas Taman Siswa Padang, Jurnal.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan RND*, Bandung, Alfabeta.
- Supomo, B. d, 2002, *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke Dua*, Yogyakarta, BFEE UGM.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, ANDI.
- Umar, 1999 *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Voss, Crhriss dan Giroud, Arnold, 2000, *Strategic Orientation and Peformance In Artistic Evironment. January, Vol 64*, Jurnal of Marketing.
- Wardani, Hetty Sri, 2015 *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Jaziah Boutique Tlogomas Semarang*, Semarang, Penelitian Terdahulu, Jurnal Skripsi.
- Wibowo, Paresetyo, 1999, *Desain Produk Industri*, Bandung, Yayasan Delapan Sepuluh.
- Wicaksana, Satria Adhi, 2015, *Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*, Pekalongan, Penelitian Terdahulu, Jurnal Skripsi.

*) M. Syaiful Rojikin adalah Alumni Fakultas Ekonomi Universitas islam malang.

**) Muhammad Mansur Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.

***) M. Khoirul ABS Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang