



PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PLAFON PVC UPTON DI CV. MITRA SUKSES BERSAMA MEDAN

Weny Ayu¹, Arief Hardian²

¹ Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

² Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

ariefhardian@umnaw.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: 24 Agustus 2021 Direvisi: 30 September 2021 Disetujui: 31 Oktober 2021</p> <p>Kata Kunci: Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk plafon PVC UPTON di CV. Mitra sukses bersama medan. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah. konsumen CV. Mitra Sukses Bersama Medan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 765 Konsumen responden. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Di CV. Mitra Sukses Bersama Medan Jl. KH Syekh Abdul Wahab Rokan gg. Pasaman no. 72F. Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan yang dimulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juli 2021. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk secara partial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk plafon pvc upton di CV. Mitra Sukses Bersama Medan, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk plafon PVC UPTON di CV. Mitra Sukses Bersama medan, sehingga hipotesis kedua diterima, Desain Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat terhadap Keputusan pembelian produk plafon PVC UPTON di CV. Mitra Sukses Bersama Medan. Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian produk plafon PVC UPTON adalah sebesar 0,495 atau 49,5%, sedangkan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.</p>

PENDAHULUAN

Plafon adalah sebuah benda yang mempunyai berbagai keuntungan dan kegunaan, sehingga sedikit orang yang begitu mempertimbangkan untuk menggunakan plafon ,dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat ,maka saat ini sangat sedikit bangunan yang beratap tidak menggunakan plafon untuk lapisan rumah mereka seperti yang telah diketahui bahwa kegunaan plafon yang sangat berdampak baik untuk mencegah cuaca panas dan dingin agar tidak langsung masuk kedalam rumah sehingga baik di pandang mata. Tanpa banyaknya yang menyadari bahwa menggunakan plafon PVC tidak di buat oleh serbuk kapur , sehingga tidak ada serbuk kapur yang jatuh dan terhirup , perkembangan zaman dan teknologi sangat mendukung untuk kami sebagai produsen membuat motivasi

baru sehingga kami memilih bahan-bahan yang baik untuk kenyamanan rumah konsumen.

CV Mitra Sukses Bersama Medan adalah CV yang membuat berbagai jenis plafon dan bentuk plafon yang konsumen inginkan CV Mitra Sukses Bersama Medan adalah CV yang hanya membuat plafon tidak ada yang lain CV ini beridiri tahun 2012. Di medan.

Tabel 1
Data Penjualan CV.Mitra Sukses Bersama Medan
Dari Tahun 2018-2020

Bulan	Tahun		
	2018	2019	2020
Januari	Rp 10.000.000	Rp 20.000.000	Rp 18.000.000
Februari	Rp 11.000.000	Rp 19.000.000	Rp 18.000.000
Maret	Rp 12.000.000	Rp 19.600.000	Rp 17.000.000
April	Rp 12.300.000	Rp 19.500.000	Rp 17.000.000
Mei	Rp 13.000.000	Rp 18.000.000	Rp 15.000.000
Juni	Rp 13.400.000	Rp 18.500.000	Rp 15.000.000
Juli	Rp 15.000.000	Rp 18.300.000	Rp 12.000.000
Agustus	Rp 15.500.000	Rp 20.000.000	Rp 12.000.000
September	Rp 16.000.000	Rp 18.000.000	Rp 11.000.000
Oktober	Rp 16.700.000	Rp 18.200.000	Rp 11.300.000
November	Rp 16.500.000	Rp 19.000.000	Rp 10.000.000
Desember	Rp 16.300.000	Rp 19.000.000	Rp 10.000.000
Jumlah	Rp 167.700.000	Rp 227.100.000	Rp 166.300.000

Sumber: CV. Mitra Sukses Bersama Medan

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa pendapatan CV. Mitra Sukses Bersama Medan mengalami ketidakstabilan bahwa penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2018 pendapatan dari penjualan CV.Mitra Sukses Bersama Medan mencapai angka Rp. 167.700.000. Pada tahun 2019 pendapatan dari penjualan CV. Mitra Sukses Bersama Medan mengalami peningkatan yaitu mencapai angka Rp. 227.100.000. Namun tahun 2020 pendapatan dari penjualan CV, Mitra Sukses Bersama Medan mengalami penurunan yaitu hanya mencapai Rp. 166.300.000.

Fenomena masalah yang ada di CV Mitra Sukses Bersama Medan yaitu desain produk plafon pvc yang kurang menarik serta harga yang ditawarkan di CV Mitra Sukses Bersama Medan kepada konsumen sangat mahal sehingga konsumen enggan membeli produk plafon pvc di CV Mitra Sukses Bersama Medan. Jika hal ini terus terjadi maka akan mempengaruhi keputusan pembelian di CV Mitra Sukses Bersama Medan yang akan membuat perkembangan CV Mitra Sukses mengalami penurunan, seharusnya CV Mitra Sukses Bersama Medan lebih membuat banyak desain produk agar konsumen lebih banyak lagi membeli produk CV Mitra Sukses Bersama Medan sehingga mempengaruhi penjualan dari tahun ke tahun

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Desain Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Plafon Pvc Upton Di CV. Mitra Sukses Bersama medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Penelitian ini akan dilakukan Penelitian ini dilaksanakan Di CV. Mitra Sukses Bersama Medan. Jl. KH Syeikh Abdul Rokan gg. Pasaman no.72. Penelitian ini di laksanakan selama 5 bulan yang dimulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juli 2021. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Observasi, dokumentasi dan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas ini dilakukan kepada 30 responden diluar dari pada sampel dan dilakukan di CV. Mitra Sukses Bersama Medan. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau r hitung dari variabel penelitian dengan nilai r tabel.

Tabel 2
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	65.0000	13.655	.555	.833
VAR00002	64.8667	15.016	.163	.857
VAR00003	65.0667	13.651	.551	.833
VAR00004	64.9667	14.102	.435	.840
VAR00005	65.1000	13.610	.564	.832
VAR00006	65.0000	13.793	.516	.835
VAR00007	64.9000	13.748	.562	.833
VAR00008	65.2000	13.959	.486	.837
VAR00009	64.9333	13.582	.597	.830
VAR00010	65.0667	14.340	.358	.845
VAR00011	64.8333	13.799	.592	.831
VAR00012	64.7667	14.530	.414	.841
VAR00013	64.7667	14.461	.437	.840
VAR00014	64.7333	14.271	.546	.835
VAR00015	64.7333	14.547	.445	.840

Sumber : Data diolah SPSS 2020

Setelah dilakukan uji validitas menggunakan SPSS 15 terdapat nilai pada pertanyaan 2 mempunyai nilai corrected item-total correlation 0,163 dan pertanyaan no 10 mempunyai nilai corrected item-total correlation 0,358 yang berarti nilai tersebut masih dibawah 0,361 sehingga pertanyaan nomor 2 dan 10 dinyatakan tidak valid dan harus dihilangkan. Untuk itu dilakukan uji validitas kembali dengan menghilangkan pertanyaan nomor 2 dan 10 dengan hasil berikut ini :

Tabel 3
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	55.8000	11.269	.518	.844
VAR00002	55.8667	11.292	.504	.845
VAR00003	55.7667	11.426	.475	.847
VAR00004	55.9000	11.128	.558	.841
VAR00005	55.8000	11.200	.540	.843
VAR00006	55.7000	11.252	.557	.841
VAR00007	56.0000	11.448	.478	.847
VAR00008	55.7333	11.168	.570	.841
VAR00009	55.6333	11.275	.595	.839
VAR00010	55.5667	11.840	.453	.848
VAR00011	55.5667	11.771	.479	.846
VAR00012	55.5333	11.706	.550	.843
VAR00013	55.5333	12.051	.411	.850

Sumber : Data diolah SPSS 2020

Setelah dilakukan uji validitas kembali sudah terlihat bahwa semua pertanyaan mempunyai nilai corrected item-total correlation dengan nilai diatas 0,361. Sehingga semua pertanyaan dinyatakan valid dan teruji reabel.

Reliabilitas instrument digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya adalah mengukur reabilitas dari butir pernyataan/pertanyaan. Uji reliabilitas ini juga ini dilakukan kepada 30 responden diluar dari pada sampel dan dilakukan di CV. Mitra Sukses Bersama Medan. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan maka dilakukan analisis reabilitas berdasarkan koefisien *Cronbach Alpha*. Koefisien *cronbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indicator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indicator dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,70.

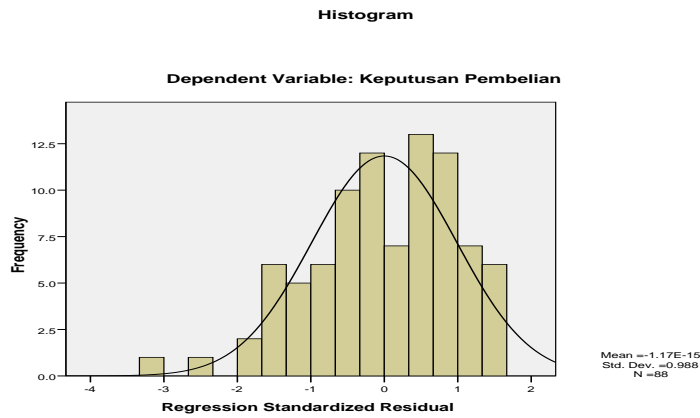
Tabel 4
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	13

Sumber : Data diolah SPSS 2020

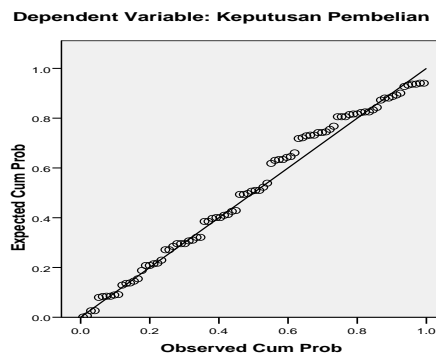
Setelah dilakukan uji realibilitas terlihat bahwa semua pertanyaan mempunyai nilai cronbach's Alpha diatas 0,855 atau rata-rata semua nilai pertanyaan mempunyai nilai 0,855, maka semua butir pertanyaan diuji reabel. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah:

Gambar 1
Grafik Histogram



Gambar 2
Grafik p-p plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data diolah SPSS 2020

Berdasarkan grafik normal p-plot tersebut diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak peneliti menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai signifikan $> 0,05$ maka terdistribusi secara normal. Berikut adalah hasil ujinya :

Tabel 5
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.85591719
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.057
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.896
Asymp. Sig. (2-tailed)		.398

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian SPSS 15, 2021

Berdasarkan tabel hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,398 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal. Dalam penelitian ini gejala multikolinearitas dilihat di tolerance dan variance inflasion factor (VIF). Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Coefficients(a)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Desain Produk	.525	1.905
	Harga	.525	1.905

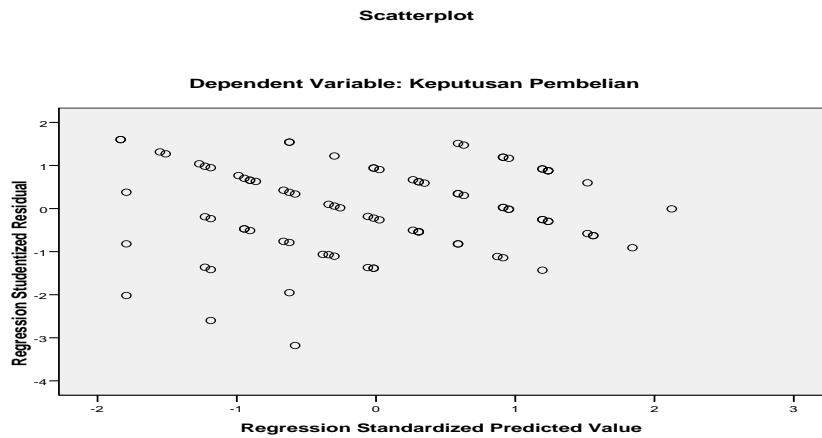
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS 15, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Tolerance > 0,1 (0,525 > 0,1) dan nilai VIF < 10,00 (1,905 < 10,00) Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas artinya model regresi lolos uji heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil ujinya :

Gambar 3
Grafik Scatterplot



Berdasarkan grafik scatterplot tersebut diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.050	.510		4.018	.000
	Desain Produk	-.041	.036	-.162	-1.133	.261
	Harga	-.048	.043	-.160	-1.119	.266

a Dependent Variable: absut

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan metode glejser diketahui bahwa nilai signifikan variabel Desain Produk (X_1) sebesar 0,261 lebih besar dari 0,05 dan variabel Harga (X_2) yakni 0,266 lebih besar dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa tidak terjadi heterokedastistas.

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Desain Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian(Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.103	.936		15.072	.000
	Desain Produk	.274	.066	.439	4.131	.000
	Harga	.239	.078	.325	3.058	.003

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian SPSS 15, 2021

Dari tabel tersebut diketahui persamaan regresi linear berganda antara variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

$$Y = 14.103 + 0,274X_1 + 0,239X_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 14.103 artinya jika variabel Desain Produk dan harga bernilai 0 maka Terhadap Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON Di CV. Mitra Sukses Bersama Medan.
2. Koefisien regresi variabel Desain Produk = 0,274 artinya jika variabel Desain Produk meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Desain Produk akan meningkat 0,274.
3. Koefisien regresi variabel Harga = 0,239 artinya jika variabel Harga meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Harga akan meningkat sebesar 0,239

Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t hitung. Kriteria pengambilan keputusan adalah : Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel yang digunakan) = 88-3 = 85, t tabel = 1,988.

Tabel 9
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.103	.936		15.072	.000
	Desain Produk	.274	.066	.439	4.131	.000
	Harga	.239	.078	.325	3.058	.003

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa pengaruh dari setiap variabel secara parsial sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 4.131 > t tabel 1,988 ini berarti variabel Desain Produk (X₁) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y). Kemudian nilai

signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel Desain Produk (X_1) signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y).

- b. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $3,058 > t$ tabel $1,988$ ini berarti variabel Desain Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y). Kemudian nilai signifikan yaitu $0,003 < 0,05$ yang berarti variabel Harga (X_2) signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y).

Uji f dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yang terdiri dari variabel Desain Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) yang termasuk dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yakni variabel Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y).

Tabel 10
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.582	2	31.291	41.731	.000(a)
	Residual	63.736	85	.750		
	Total	126.318	87			

a Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk

b Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

F hitung dapat dilihat sebesar $41,731$ derajat pembilang = $k-1 = 3-1 = 2$, derajat penyebut = $n - k = 88-3 = 85$, F tabel = $3,10$. Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan nilai F hitung $41,731 > F$ tabel $3,10$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Desain Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON (Y). Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi penelitian ini dapat dilihat tabel berikut.

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704(a)	.495	.484	.86593

a Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk

b Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. R menunjukkan korelasi sederhana, yaitu Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Plafon PVC UPTON adalah sebesar $0,704$ atau $70,4$. Artinya hubungannya sangat kuat, semakin besar R berarti hubungannya semakin kuat.

2. R square (R^2) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,495, artinya persentase Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian produk plafon PVC UPTON adalah sebesar 0,495 atau 49,5%, sedangkan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.
3. Adjusted R Square merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarnya lebih mendekati mutu penajakan model dalam populasi. Dari tabel 4.24 dapat dibaca bahwa Adjusted R Square (R^2) adalah 0,484 atau 48,4%, sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh faktor lain.
4. Standart Error of The Estimated adalah ukuran kesalahan prediksi. Standart Error Of The Estimated juga bisa disebut standart deviasi. Dalam kasus ini nilainya sebesar 0,865%. Semakin kecil standart deviasi berarti model semakin baik.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variable (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dari hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} (4.1731) > t_{tabel} (1,988)$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.
2. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variable (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dari hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} (3.058) > t_{tabel} (1,988)$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,003 < 0,05.
3. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan variable desain produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini terlihat dari hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (4.1731) > F_{tabel} (3,10)$.
4. Dari hasil penelitian dapat di dapat bahwa nilai R sebesar 0,709 atau 70.9 yang artinya hubungan antara variable bebas dan terikat dan di dapat R square sebesar 0.95 atau 49,5% artinya bahwa pada penelitian ini kedua variable mempengaruhi pada penelitian ini sebesar 49,5% sedangkan 50,5% di pengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi, 2012. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi IV. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2013. *Principles of Marketin*. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson Education Limited.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutojo, Siswanto. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka
- Syafei, Rachmat. 2017. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Umar, Husein. 2012. *“Metodologi Penelitian”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- William J. Stanton. 2015. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, Dyah Putri. 2017. *Pengaruh Desain Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Tenun Ikat AAM Kodok Ngorek Putra, Bandar Kidul Kediri*. *Jurnal Manajemen*. Vol. 1. No. 5