

## Pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli konsumen mebel jati jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung

Sutiyem<sup>1</sup>, Thesa Alif Ravelby<sup>1\*</sup>, Dessy Trismiyanti<sup>1</sup>

<sup>1</sup> STIE Perdagangan

### INFO ARTIKEL

Diterima 16 Juli 2019  
Disetujui 10 Agustus 2019  
Diterbitkan 1 September 2019

#### Kata Kunci:

Desain produk; harga; minat beli konsumen.

DOI:10.2403/jkmb.10885200

#### Keywords:

Product design; prices; purchase decision.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Pengambilan data dilakukan dalam bentuk kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan software SPSS ver.21.0 for Windows. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10.400 > 1,660$ ) dan pengaruh yang signifikan antara variabel harga ( $X_2$ ) minat beli konsumen dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.015 > 1,660$ ). Terdapat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara desain produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ), terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara dengan nilai  $F_{hitung} 156.644 > F_{tabel}$  ( $3,09$ ) artinya berpengaruh secara bersama-sama. Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,764 atau 76,4%, sedangkan sisanya 23,6% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product design and price on consumer interest in buying Jepara Teak furniture at the New Furniture Business Shop in Lubuk Alung. This type of research is associative quantitative research, the number of research samples were 100 people. Data was collected in the form of questionnaires and using analyzed SPSS software ver.21.0 for Windows. The conclusions from this study is the product design variable ( $X_1$ ) has a significant positive effect on purchase decision in Jati Jepara furniture at the New Furniture Business Shop in Lubuk Alung, as evidenced by  $t$  value  $>$   $t$  table ( $10,400 > 1,660$ ) and a significant influence between price variables ( $X_2$ ) purchase decision with  $t$  value  $>$   $t$  table ( $2,015 > 1,660$ ). There is a positive and significant influence between product design ( $X_1$ ) price ( $X_2$ ), on purchase decision of Jati Jepara furniture consumers with an  $F$ -value  $156,644 >$   $F$ -table ( $3,09$ ) means that it affects together. The coefficient of determination ( $R^2$ ) results obtained a coefficient of 0.764 or 76.4%, while 23.6% is influenced by other variables.

**How to cite:** Sutiyem., Ravelby, T. A., & Trismiyanti, D. (2019). Pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli konsumen mebel jati jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(2), 66-72.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2019 by author.

\* Corresponding author: [thesaalifraelby@yahoo.com](mailto:thesaalifraelby@yahoo.com)

## PENDAHULUAN

Industri mebel (*furniture*) adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi kayu, rotan, dan bahan alami lainnya menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan mebel (*furniture*) yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri mebel di Indonesia tersebar hampir diseluruh provinsi, dengan sentral-sentral yang cukup besar terletak dikota Jepara, Sukoharjo, Pasuruan, Gresik, Sidoharjo, Jabodetabek dan lain sebagainya. (Kementerian Perindustrian, 2014). Salah satu tempat produsen mebel di Sumatera Barat adalah di Kabupaten Padang Pariaman. Berdasarkan data nama-nama toko mebel di Kabupaten Padang Pariaman adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Nama Toko Mebel Jati Jepara di Kabupaten Padang Pariaman Sumatera Barat**

No	Nama Toko	Alamat Toko
1	Usaha Baru Furniture	Jl. Raya Pariaman Pungguang Kasiak Kel Pungguang Kasiak Kec. Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat 25582 Indonesia
2	Permata Perabot	Jl. Raya Padang Pariaman Korong Tembok Nagari Sintuk Kecamatan Sintuk Toboh Gadang Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman
3	Rizny Gading Furniture	Jl. Raya Pariaman Pungguang Kasiak Km 35. Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat 25581 Indonesia
4	Toko Ma Perabot	Jl. Raya Sicincin, Sicincin, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat 25584 Indonesia
5	Master Electronic & Furniture	Jl. Raya Padang-Bukittingi, Sungai Buluh, Batang Anai, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat 25586 Indonesia

*Sumber: Paling menarik. name (Toko mebel di Padang Pariaman Sumatera Barat)*

Toko Usaha Baru Furniture merupakan salah satu produsen mebel Jati Jepara di Kec. Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat yang terlebih dahulu merintis dan banyak memproduksi produk mebel Jati Jepara, yang terletak di Jalan Raya Pariaman Pungguang Kasiak, Kel. Pungguang Kasiak, Kec. Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Berikut adalah beberapa produk yang dijual pada Toko Usaha Baru Furniture beserta harga perbandingan dengan salah satu toko Jati Jepara lainnya yang berada di Lubuk Alung yaitu Permata Perabot.

Nama Produk	Desain Produk dan Harga	
	Toko Usaha Baru Furniture	Permata Perabot
Set kamar Tidur	 Rp. 20.000.000	 Rp. 25.000.000
Lemari Pakaian	 Rp. 3.500.000	 Rp. 10.000.000
Lemari Pajangan	 Rp. 6.900.000	 Rp. 9.000.000

### Gambar 1. Daftar produk dan Harga Tahun 2018

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik minat beli konsumen. persaingan desain produk dan harga dimasing-masing perusahaan mengalami perbedaan yang sangat jelas. Adanya persaingan dari beberapa perusahaan yang sejenis tersebut berdampak pada penjualan yang menurun dari tahun ketahun.

**Tabel 2. Penjualan Produk Mebel Jati Jepara di Toko Usaha Baru Furniture Tahun 2013-2017**

No.	Tahun	Penjualan Rp. (juta)	Penurunan (%)
1	2013	3.980	-
2	2014	3.125	0.0086
3	2015	2.480	0.0065
4	2016	2.000	0.0048
5	2017	1.980	0.0002

*Sumber : Toko Usaha Baru Furniture*

Pengusaha dituntut untuk mampu dan pintar dalam memilih strategi pemasaran yang akan digunakan dalam menjual produknya. Pemasar harus menghasilkan konsumen yang siap membeli atau memiliki minat beli terhadap produk yang ditawarkan.

## KAJIAN LITERATUR

### Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya (Kotler, 2008). Menurut Mc. Carthy (2002) minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya.

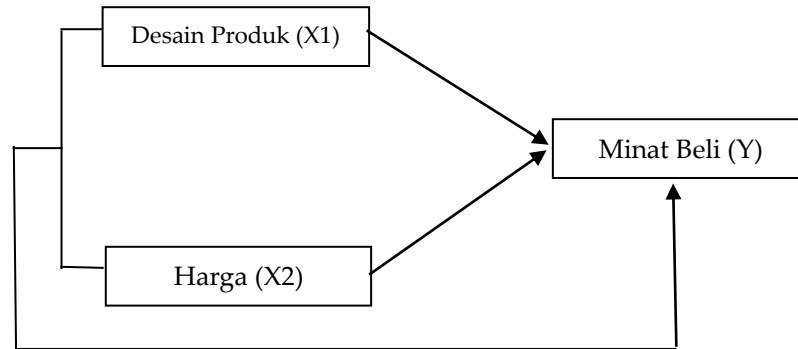
### Desain

Desain adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya (Kotler dan Armstrong, 2008). Konsep lain desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Desain lebih dari sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya (Kotler dan Amstrong, 2008).

### Harga

Kotler (2005) menyatakan bahwa harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Hal ini juga dibenarkan oleh Ma'ruf, menurut Ma'ruf, (2005) harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba bagi peritel, sedangkan unsur-unsur yang lainnya menghabiskan biaya. Jadi sangat wajar jika harga mempunyai pengaruh yang tidak kecil terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan.

## Kerangka Konseptual dan Hipotesis



**Gambar 2. Kerangka Konseptual**

- H<sub>1</sub> : X<sub>1</sub> → Y:** Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada produk mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung.
- H<sub>2</sub> : X<sub>2</sub> → Y:** Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada produk mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung.
- H<sub>3</sub> : X<sub>3</sub> → Y:** Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Desain Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Minat Beli Konsumen pada produk mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian bersifat asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang akan melakukan pembelian produk Mebel Jati Jepara Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sejumlah 100 responden dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang lebih *representative*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 3. Profil Responden**

Kategori	Sub Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	32	32%
	Perempuan	68	68%
Usia	23 – 35 tahun	32	32%
	36 – 50 tahun	35	35%
	>51 tahun	33	33%
Pendapatan	Rp3.000.000 – Rp5.000.000	16	16%
	Rp5.000.000 – Rp7.000.000	34	34%
	Rp8.000.000 – Rp10.000.000	31	31%
	>Rp10.000.000	19	19%
Pekerjaan Saat Ini	PNS	19	19%
	Karyawan Swasta	38	38%
	Wiraswasta	43	43%

Sumber: Data Primer (2019)

Dari keseluruhan profil responden diatas, didapat kesimpulan bahwa responden terdiri dari 100 orang yang terdiri dari 32% laki-laki dan 68% perempuan. Dari sisi usia responden di dominasi sebagai 36 tahun – 50 tahun sebesar 35%. Responden pendapatan didominasi Rp5.000.000-Rp7.000.000 sebanyak 34% dan pekerjaan saat ini adalah jenjang karyawan swasta sebanyak 38%.

Uji yang dilakukan pada maintest meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis melalui menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil uji validitas dan reliabilitas maintest menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Hasil uji normalitas menggunakan metode Probability Plot (P-Plot) menunjukkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan semua variable tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil uji multikolonieritas semua variabel tidak terjadi multikolonieritas.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std Error
Constanta (a)	4.905	2.319
Desain Produk (X <sub>1</sub> )	0.731	0.070
Harga (X <sub>2</sub> )	0.179	0.076

Sumber: Data Primer (2019)

Model hubungan desain produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) terhadap minat beli konsumen (Y), dimana nilai Constanta (a) adalah 4.905, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4.905 + 0.731 X_1 + 0.179 X_2 + 2.319$$

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R Square
1	0.764

Sumber: Data Primer (2019)

Didapatkan hasil nilai R<sup>2</sup> adalah 0.764. Hal ini dapat diartikan bahwa desain produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan persentase 76.4%, sedangkan sisanya 23,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	A	Hasil
Desain Produk(X <sub>1</sub> )	10.400	1.660	0.000	0,05	H <sub>1</sub> diterima
Harga (X <sub>2</sub> )	2.350	1.660	0.021	0,05	H <sub>2</sub> diterima

Sumber: Data Primer (2019)

Dapat dilihat bahwa nilai t<sub>hitung</sub> desain produk adalah 10.400 > t<sub>tabel</sub> (1,660) dan nilai sig 0,000 < α (0,05), maka H<sub>1</sub> diterima. Artinya, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. Nilai t<sub>hitung</sub> harga adalah 2.015 > t<sub>tabel</sub> (1,660) dan nilai sig 0,021 < α (0,05), maka H<sub>2</sub> diterima. Artinya, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung.

**Tabel 7. Hasil Uji F**

<b>F Hitung</b>	<b>F Tabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Alpha</b>	<b>Hasil</b>
156.644	3,09	0,000	0,05	H <sub>3</sub> diterima

Sumber: Data Primer (2019)

Terlihat nilai  $F_{\text{hitung}} 156.644 > F_{\text{tabel}} (3,09)$  dengan nilai  $\text{sig } 0,000 \leq 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa H<sub>3</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa desain produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen mebel jati jepara pada Toko Usaha Baru Furniture.

## PEMBAHASAN

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa minat beli konsumen terbilang baik. Hal ini terbukti dengan adanya rata2 presentasi pada variabel minat beli kosumen sebesar 70,6% yang masuk dalam kriteria baik. Rata – rata presentase vareabel desain produk adalah sebesar 66% yang mana masuk pada kriteria baik. Dan pada variabel harga adalah sebesar 68,1 %. Yang mana menunjukkan bahwa pada variabel harga juga masuk kriteria baik.

Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Panji Nungraha Bakti (2014), dari hasil penelitian tersebut didapat bahwa secara parsial dan simultan kedua variabel tersebut berpengaruh positif signifikan. Penelitian diatas juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Fuad Asshiddieqi (2012), hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel harga, desain produk dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan. Sedangkan variabel harga, desain produk dan citra merek mampu berkontribusi sebesar 57,7% terhadap variable minat beli konsumen dan sisanya 42,2% dipengaruhi variabel lain.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara desain produk ( $X_1$ ) terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung dengan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (10.400 > 1,660)$  dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) yang artinya desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Dan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel harga ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara di Lubuk Alung dengan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (2.015 > 1,660)$  dengan tingkat signifikan ( $0,021 < 0,05$ ) yang artinya harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Terdapat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara desain produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ), terhadap minat beli konsumen mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung dengan nilai  $F_{\text{hitung}} 156.644 > F_{\text{tabel}} (3,09)$  dengan tingkat signifikan ( $0,000 \leq 0,05$ ) yang artinya berpengaruh secara bersama-sama.
4. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,764 atau 76,4%. Artinya adalah adanya pengaruh antara desain produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen sebesar 76,4% sedangkan sisanya 23,6 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hamidah, Siti. (2013). Analisis Persepsi Citra merek, Desain, Fitur, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian produk Handphone Samsung Berbasis Android (studi kasus STIE Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 21(4). Kementerian Perindustrian. (2011). *Industri Pengolahan Kayu*. Diakses melalui <http://www.google.com> pada Mei 2015
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2008). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio, *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia..
- Mc. Carthy, E. Jerome. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, William. J. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Supranto, M.A. ((2002). *Metode Peramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Swastha, Basu. (2011). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPTE
- Swastha, Basu. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPF.
- Swastha, Basu & Irawan, Herry. (2003). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal UG*, 7(5).
- Swastha, Basu & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Thamrin. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjahyono & M. Fakhri Husein. (2010). *Perpajakan AkademiManajemen Perusahaan YKPN*. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.