

Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Printer Epson Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman

Muhammad Adee Karunia

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai

No. 1 Gunung Kelua Samarinda

muhammadadeekarunia@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mulawarman, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan alat pengukur data menggunakan skala likert. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada metode kuantitatif adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi.

Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Alat uji data menggunakan SPSS versi 22. Kualitas produk ($2.002 > 1.660$, sig 0,048), harga ($2.224 > 1.660$, sig 0,028) dan citra merek ($3.294 > 1.660$, sig 0,001) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan berpengaruh secara simultan ($28.574 > 2.70$) terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk; Harga; Citra merek; Keputusan pembelian

Abstract

This study aimed to determine the effect of product quality, price, and brand image on the purchasing decision of Epson printers at Mulawarman University students. The population in this study was Mulawarman University students. The sampling technique used was non-probability sampling with a Likert scale as a measuring instrument. Data collection techniques used in the quantitative method are observation, interviews, questionnaires, and documentation studies.

Data analysis used is the validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The data test tool uses SPSS version 22. Product quality ($2.002 > 1.660$, sig 0.048), price ($2.224 > 1.660$, sig 0.028), and brand image ($3.294 > 1.660$, sig 0.001) have a partially significant effect on purchasing decisions and have a significant effect simultaneously ($28.574 > 2.70$) on purchasing decisions.

Keywords: Product quality; Price; brand image; Buying decision

Pendahuluan

Saat ini teknologi berkembang sangat pesat hampir di seluruh dunia. Perkembangan teknologi ini sangat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi dan membantu semua aktivitas masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien. Adanya kebutuhan masyarakat akan produk yang mengadopsi teknologi terkini, menyebabkan beberapa perusahaan menyadari bahwa konsumen mulai beralih ke fasilitas yang didukung dengan ekosistem teknologi yang dianggap paling canggih. Dengan mengembangkan inovasi teknologi pada masing-masing produk dengan keunggulan yang diberikan, semua perusahaan yang bergerak di bidang teknologi berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga memicu persaingan kompetitif. Banyaknya merek yang menjual produk yang sama, membuat masyarakat bimbang untuk memilih produk mana yang lebih unggul.

Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen yang ditulis pada tahun 2019, sebesar 57 persen daya beli masyarakat Indonesia dikeluarkan untuk membeli produk teknologi informasi dan komunikasi. Disusul pengeluaran edukasi 50 persen, bahan pangan 46 persen, video/musik/jasa internet 43 persen, dan *travel* 36 persen (Nielsen, 2019). Berdasarkan hasil persentase tersebut, diketahui bahwa masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan untuk membeli perangkat berbasis teknologi. Banyaknya masyarakat mengakses perangkat yang telah mendukung teknologi terkini untuk memudahkan sebuah pekerjaan atau aktivitas baik di dalam ruangan maupun di lapangan.

Salah satu perangkat yang paling banyak digunakan saat ini adalah mesin cetak atau *printer*. Saat ini perusahaan mesin cetak berlomba-lomba menjual produknya dengan berbagai macam promosi, seperti menawarkan spesifikasi, harga terjangkau, dan kualitas yang terjamin sesuai segmentasi pasar yang dituju perusahaan. Salah satu merek mesin cetak ternama yang ada di Indonesia yaitu Epson. Epson selalu berupaya berinovasi pada produk mesin cetak yang disesuaikan berdasarkan segmentasi pasar dengan melihat selera konsumen, yaitu *single function* dan *multifunction*. *Single function* merupakan mesin cetak yang hanya memiliki fungsi mencetak tanpa ada fitur tambahan lainnya, sedangkan *multifunction* merupakan mesin cetak yang mempunyai fitur mencetak dengan tambahan fitur *scanner* di dalamnya. Epson juga menawarkan sistem pencetakan yang diadopsi dari beberapa merek *printer* di Indonesia, yaitu *laser jet*, *dot matrix*, dan *ink jet*.

Tabel 1. Data Penjualan (*Marketshare*) Mesin Cetak Indonesia Periode 2017

Data Penjualan Mesin Cetak di Indonesia 2017	Merek	Epson	Canon	Hewlett Packard	Brother	Xerox, dan lainnya
	Persentase	39%	37%	19%	3%	1%

Sumber data: *International Data Corporate*

Berdasarkan tabel 1 di atas, menunjukkan Epson merupakan mesin cetak yang laris di pasar Indonesia dengan persentase penjualan 39% dibandingkan dengan kompetitornya. Hal ini disebabkan karena Epson mempunyai ambisi untuk mewujudkan produk berkualitas dengan selalu mengikuti perkembangan tren inovasi teknologi, membuat produk mesin cetak Epson banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yang gemar belanja produk berbasis teknologi dan produk paling banyak dipilih yaitu Epson seri *ecotank* dengan sistem jet tinta multifungsi yang bisa memenuhi kebutuhan mencetak (IDC, 2017).

Keberhasilan Epson sebagai solusi dan menjadi *best seller* mesin cetak nomor 1 di Indonesia adalah selalu menawarkan produk-produk yang berkualitas, berkomitmen memenuhi kebutuhan pasar Indonesia terhadap produknya, dan keputusan pembelian konsumen memilih produk yang tepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada produk yang dibelinya (Usman, 2019) dan terdapat faktor yang menyebabkan brand Epson menjadi nomor satu dengan memperhatikan karakteristik produk berdasarkan fisik, sifat, dan fungsi supaya kebutuhan konsumen terpenuhi (Kotler, 2017). Kualitas produk yang terdapat pada produk Epson yakni durabilitas yang tahan lama, hasil cetak yang baik, mampu mencetak dengan kapasitas tinggi, rendah biaya perawatan, desain yang minimalis dan ramah lingkungan.

Faktor selanjutnya, harga yang diberikan oleh Epson terhadap produknya berpengaruh dengan kebutuhan segmentasi pasar. Menurut Kotler (2017) Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan pelanggan dengan mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Meskipun harga produk yang dipasarkan tergolong mahal, perusahaan perlu mempertimbangkan dengan hasil riset dan pengembangan produk melalui inovasinya yang membutuhkan waktu dan proses panjang dan biaya yang tidak begitu murah.

Citra merek merupakan faktor terakhir yang menyebabkan produk Epson menjadi nomor satu penjualan mesin cetak. Menurut Kotler dan Keller (2017) citra merek merupakan sebuah kepercayaan yang terbentuk antara konsumen dengan merek menciptakan ingatan dalam pikiran dan memori melalui produk yang dilihat. Epson memiliki citra merek yang mudah diingat oleh masyarakat karena produk

mesin cetak yang dijualnya menjadi *market leader*, serta rekomendasi yang diberikan oleh teman dekat, dan informasi lainnya secara *word of mouth*.

Masalah yang terjadi selanjutnya, adalah penurunan kebutuhan media cetak yang diakibatkan masyarakat mulai meninggalkan format cetak dan beralih ke format digital karena mudah mendapatkan informasi secara gratis melalui *internet* sebagai media informasi. Hal ini berdampak pada perusahaan mesin cetak mengalami penurunan daya beli konsumen terhadap produk mesin cetak. Sebagai solusi alternatif, konsumen bisa menggunakan mesin cetak dengan memanfaatkan fitur *scanner* dan bisa memindai data dokumen fisik menjadi dokumen digital. Mahasiswa Unmul merupakan salah satu segmentasi pasar mesin cetak Epson dan menjadi pilihan dikarenakan terdapat keunggulan dan manfaat dalam aspek kualitas hasil cetak dan *scan* yang bagus, tahan lama, merek yang sudah dipercaya oleh konsumen untuk memudahkan aktivitas yang berhubungan dengan perkuliahan/persyaratan akademik, serta produk Epson sudah banyak digunakan di lingkungan Universitas Mulawarman dan jasa percetakan di sekitarnya. Terdapat kekurangan dari produk Epson yang dirasakan mahasiswa adalah, harga yang lumayan tidak terjangkau serta terdapat kendala kertas macet saat proses mencetak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian printer Epson pada konsumen mahasiswa Universitas Mulawarman.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis deskriptif. Populasi penelitian ini mahasiswa Universitas Mulawarman. Sampel penelitian ini diperuntukan mahasiswa Universitas Mulawarman yang memiliki/pernah menggunakan *printer* Epson sebanyak 100 responden. Sampling penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, studi dokumentasi (Sugiyono, 2017). Alat ukur data menggunakan skala likert. Teknik analisa data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Analisis data menggunakan uji persamaan linear berganda, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Metode uji hipotesis terdiri dari uji t dan uji f.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis data hasil penelitian yang menguji uji hipotesis penelitian ini, maka dapat diuraikan tiap hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.015	2.025		2.971	.004

Kualitas Produk	.055	.028	.211	2.002	.048
Harga	.251	.113	.229	2.224	.028
Citra Merek	.350	.106	.346	3.294	.001

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan uji t diatas, maka tiga variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *printer* Epson

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman, dengan hasil uji t (parsial) antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan t hitung 2.002 dimana nilainya lebih besar dari t tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,048 lebih kecil dari nilai 0,05 yang ditentukan dan H1 diterima.

Penemuan hasil penelitian ini terdapat fenomena mahasiswa Universitas Mulawarman mendapatkan sebuah pengalaman mencetak tanpa ada kendala sama sekali. Hal ini didasari pada pola penggunaan mesin cetak dari tiap orang berbeda dan menciptakan sebuah pengalaman penggunaan produk mesin cetak dengan nyaman berdasarkan kualitas produk yang diberikan. Fenomena produk *printer* Epson di era sekarang yang serba digital mendukung penggunaan fitur *scanner* yang memudahkan urusan mahasiswa dalam memindai dokumen fisik menjadi bentuk file digital dengan baik serta mampu melakukan pencetakan dengan jumlah halaman yang begitu banyak, dan daya konsumsi listrik Epson yang hemat. Kemampuan daya tahan produk Epson dapat digunakan dalam pemakaian jangka pendek hingga pemakaian jangka panjang membuat responden merasa tidak terdapat kecacatan dari produk *printer* Epson dan tertarik dengan desain *printer* Epson yang minimalis, meskipun terdapat beberapa responden masih meragukan kualitas produk *printer* Epson dari sisi spesifikasi, kemampuan mencetak jumlah halaman banyak, dan ketertarikan desain *printer* yang minimalis. Hasil penelitian ini sesuai dengan Philip Kotler (2017) kualitas produk adalah ciri dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat tertutup. Kualitas produk sangat penting dalam menentukan produk yang ingin dibeli, pandangan konsumen terhadap produk yang diutamakan adalah kualitas yang diberikan. Mereka membeli *printer* Epson karena untuk memenuhi kebutuhan mencetak untuk mengerjakan tugas perkuliahan yang masih membutuhkan dokumen fisik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi Kota Langsa,” yang menunjukkan hasil penelitian bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *printer* Epson

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh dengan hasil uji t (parsial) antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan t hitung 2,224 dimana nilainya lebih besar dari t tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,028 lebih kecil dari nilai 0,05 yang ditentukan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman diterima.

Penemuan hasil penelitian ini terdapat penyebab mahasiswa melakukan pembelian *printer* Epson adalah terdapat target pasar yang memiliki kemampuan yang baik pada penjualan produk tersebut dengan memberikan harga yang memiliki kesesuaian dengan spesifikasi dan manfaat yang perusahaan tawarkan dari produk *printer* sehingga dapat bersaing sehat atau kompetitif dengan pesaingnya. Fenomena ini terdapat sebuah penilaian dari responden bahwa harga merupakan sebuah nilai yang harus ia dapat dengan pilihannya, tentunya harga yang diberikan oleh Epson telah sesuai dengan kualitas produk yang baik serta bisa digunakan memenuhi aktivitas yang berhubungan dengan tugas kuliah. Adapun keraguan yang didapatkan dari beberapa responden terkait kesesuaian harga dengan kualitas produk yang menyebabkan sebuah ketidakpuasan responden terletak pada performa *printer* Epson yang ia miliki dan tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kurniawan (2014) harga merupakan sebuah nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk membeli/mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna/fungsi beserta pelayanannya. Mereka membeli *printer* Epson karena memiliki kondisi keuangan yang stabil, serta tidak ada pilihan lain untuk memilih produk mesin cetak Epson agar tidak pergi melakukan pencetakan di jasa percetakan yang memakan biaya yang lebih banyak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Agustina (2017) berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian One Push Vape di Kecamatan Kertosono.” Yang menunjukkan hasil penelitian bahwa secara parsial harga berpengaruh pada keputusan pembelian.

3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *printer* Epson

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman, dengan hasil uji t (parsial) antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan t hitung 3,294 dimana nilainya lebih besar dari nilai t tabel 1.660 dan nilai signifikansinya 0,001 lebih kecil dari nilai 0,05 yang ditentukan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman diterima.

Hal ini terjadi karena dalam melakukan pembelian *printer* Epson, mereka memilih *printer* Epson berdasarkan apa yang mereka lihat di *internet* terkait

reputasi perusahaan pembuat produk, serta manfaat dari produk yang didapatkan mencerminkan citra mereknya dan produk dari Epson mampu memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen.

Karakteristik mahasiswa Universitas Mulawarman dalam membeli barang dengan mempertimbangkan merek terlebih dahulu dibandingkan melihat apa yang mereka dapat setelah melakukan pembelian produk tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siti Monawarah (2014) dengan judul “Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh 2 Daun di Plaza Mulia Samarinda.” Menunjukkan hasil penelitian bahwa secara parsial citra merek berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

2. Uji f

Tabel 3. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.512	3	50.837	28.574	.000 ^b
	Residual	170.798	96	1.779		
	Total	323.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *printer* Epson. Berdasarkan uji statistik f diperoleh bahwa ketiga variabel memperoleh f hitung: $28.574 > 2.70$ dengan tingkat signifikan 0,00 yang artinya ketiga variabel independen secara bersamaan/simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *printer* Epson.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.455	1.334

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,455. Dengan demikian, hal ini berarti 45,5% dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dan sisanya sebesar 54,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *printer* Epson pada mahasiswa Universitas Mulawarman, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *printer* Epson.
2. Berdasarkan hasil uji f simultan, ketiga variabel independen dari: kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3) dan variabel dependen keputusan pembelian (Y) terhadap *printer* Epson terdapat pengaruh positif secara simultan dan signifikan.

Rekomendasi yang dapat disampaikan oleh peneliti terkait hasil penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu melakukan uji tes keunggulan fitur yang diterapkan oleh produk tersebut sebagai pembuktian agar pengguna tidak ragu dengan kualitas produk yang ditawarkan
2. Perusahaan melakukan penyesuaian harga produk yang dijual harus sebanding dengan fitur dan keunggulan yang diberikan dengan cara melihat perkembangan tren pencetakan digital
3. Perusahaan memberikan pengenalan lebih dalam terkait produk merek Epson dengan memberikan edukasi untuk calon pelanggan agar bisa memilih *printer* sesuai kebutuhan melalui konten media sosial (*instagram, twitter, tiktok, facebook*) dikarenakan mahasiswa sebagai responden hanya membeli berdasarkan merek tanpa mencari tahu *image* perusahaan, dan berpartisipasi dalam acara/pameran elektronik.

Daftar Pustaka

- Agustina, Eka. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian One Push Vape Di Kecamatan Kertosono". *Simki-Economic*, 01(09), 16.
- Amilia, Suri, dan Asmara, M. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa". *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660-669.
- IDC. 2017. Asia /Pacific Quarterly Hardcopy Peripherals Tracker, 2017 Q4. International Data Corporate. <https://idc.com>
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Kotler, Philip., Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. R. 2014. *Total Marketing, Segala Hal Tentang Marketing dan Bagaimana Menjadi Sales Handal*. Kobis.

- Monawarah, S. 2017. "Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh 2 Daun di Plaza Mulia Kota Samarinda". *Ejournal Administrasi Bisnis*, 2017, 5 (1): 205-216 ISSN 2355-5408, 5(1), 205-216.
- Nielsen. 2019. *Changing Consumer Prosperity*. United States: The Nielsen Limited Liability Company
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Pengantar Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Usman, S. 2019. Epson Raih Penjualan Printer Inkjet Teknologi Tinta 40 Juta Unit di Dunia. Merdeka. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/teknologi>