PENGARUH MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI HELM MERK INK

(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN 2011/2012)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E,) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

ZIADATUL MARISTRIANA PASSA

11.1.02.02.0319

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi oleh:

ZIADATUL MARISTRIANA PASSA
NPM: 11.1.02.02.0319

Judul:

PENGARUH MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI HELM MERK INK PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNP KEDIRI ANGKATAN 2011/2012

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal: .....

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M	**Amat Pintu Batu, S.E., M.M**
NIDN. 0723105703	**NIDN. 0725075601**

ii

Skripsi oleh:

ZIADATUL MARISTRIANA PASSA
NPM: 11.1.02.02.0319

Judul:

PENGARUH MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI HELM MERK INK PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNP KEDIRI ANGKATAN 2011/2012

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri
Pada tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M
3. Penguji II : Amat Pintu Batu, S.E., M.M

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

iii

PENGARUH MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI HELM MERK INK PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN 2011/2012

Ziadatul Maristriana Passa
11.1.02.02.0319
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Pasya_mbote@yahoo.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M dan Amat Pintu Batu, S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah merk, harga dan kualitas produk akan mempengaruhi keputusan Mahasiswa dalam pembelian Helm merk INK.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek penelitian adalah mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2011/2012 UNP Kediri. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 73 mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2011/2012 UNP Kediri pendekatan kuntitatif dengan subyek seluruh mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2011/2012 UNP Kediri sebanyak 274. Sampel ditentukan menggunakan Rumus *Slovin* dengan responden 73 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan angket (kuesioner) dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik analisa deskripsi presentase dari linear berganda.

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa merk. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli sebesar 32% sedangkan sisanya 70% dipengaruhi oleh faktor lain.

Disarankan perusahaan terus meningkatkan faktor-faktor yang menjadi pengaruh keputusan membeli, karena dengan meningkatkan faktor-faktor tersebut maka keputusan membeli akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Merk, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Membeli

Abstract

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2003 adalah tahun dimulainya operasi pemusnahan helm yang bukan standar oleh jajaran kepolisian di Kediri walaupun, ada beberapa warga Kediri yang mengeluhkan dengan penggunaan helm standar. Berbagai alasan disampaikan jika menggunakan helm standar mulai dari kepala terasa berat, tidak nyaman, tidak mendengar kalau ada yang memanggil, dan sebagainya. Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman. Biasanya helm semacam ini harus lulus persyaratan DOT *(Departemen Of Trasportation)* atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar lain seperti untuk Eropa, Jepang, bahkan di Indonesia sendiri dikenal dengan SNI (Standar Nasional Indonesia).

Persaingan yang terjadi pada industri helm ditandai dengan munculnya produk-produk baru, seperti Ink, Arai, Kyt, Bmc, Vog, Nhk dan sebagainya. Masing-masing merk helm tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain. Menurut Alma (2009:147) Brand adalah suatu tanda atau symbol yang memberikan identitas suatu barang/jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Seperti yang disampaikan sebelumnya bahwa helm merk INK sangat digemari oleh banyak kalangan, oleh karena itu saya memilih meneliti pengguna helm merk INK pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 ini banyak yang menggunakan helm merk INK. Inilah yang mendorong peneliti menetapkan judul ini menjadi “Analisis pengaruh Merk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Helm Merk INK”.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

a. Kepopuleran merk mempengaruhi minat beli helm merk INK pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 UNP
b. Harga mempengaruhi daya beli pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
c. Sebagian mahasiswa UNP khususnya prodi manajemen masih menganggap kualitas helm merk INK masih kurang maksimal
d. Keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 terbilang masih rendah

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

a. Penelitian meliputi keputusan membeli pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
b. Penelitian meliputi identifikasi merk
c. Penelitian meliputi kriteria harga
d. Penelitian meliputi kriteria kualitas helm INK

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji sebagai berikut:

a. Adakah pengaruh merk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012?
b. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012?
c. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012?
d. Adakah pengaruh merk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk menganalisis pengaruh merk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
d. Untuk menganalisis pengaruh merk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli helm merk INK pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pihak yang berkepentingan antara lain :

1. Teoritis
   a. Untuk menerapkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswi, serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap kualitas produk
   b. Dapat dijadikan sebagai bahan pembanding penelitian-penelitian di masa mendatang
2. Praktis

   Bagi pelanggan untuk mengetahui sejauh mana merk, harga dan kualitas produk berdampak pada keputusan pembelian. Dan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dan masukan dalam menyusun Strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan membeli

Swastha & Irawan (2008:118) adalah keputusan individu yang mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan.

Menurut Swastha (2008:109-113) indikator keputusan membeli adalah keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merk.

Merk

Alma (2009:147) adalah suatu tanda atau symbol yang memberikan identitas suatu barang/jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya.

Menurut Alma (2009:150) indikator merk adalah mudah diingat, menimbulkan kesan positif, tepat untuk promosi.

Harga

Laksana (2008:105) harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang/pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

Laksana (2008:73) indikator harga adalah penetapan harga per wilayah geografis, penetapan harga promosi, potongan harga.

Kualitas produk

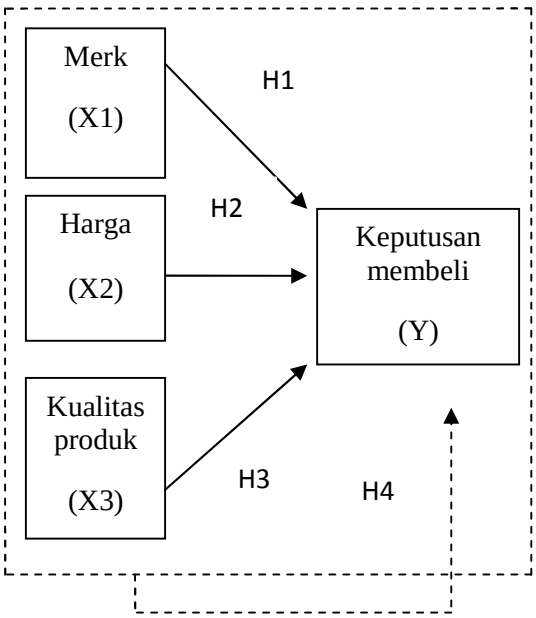
Graham (2007:39) kualitas produk adalah bagian yang terkandung dalam keseluruhan produk, yaitu, fisik atau inti produk yang fungsinya meliputi daya tahan keandalan dan seluruh fitur tambahan yang diharapkan oleh konsumen.

Graham (2007:39) indikator kualitas produk adalah persaingan yang lebih tinggi, pilihan yang lebih banyak, menciptakan kekuatan yang lebih besar.

Penelitian Terdahulu

1. Sutrisni (2010), melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, desain produk, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan indosat IM3
2. Abraham Mahendra Bagaskara (2014), melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk, harga dan citra merk terhadap keputusan membeli sepeda Honda vario di Semarang
3. Wisdha Anggun Sulistya (2014), melakukan penelitian dengan judul pengaruh harga, kualitas produk, promosi dan kelompok acuan terhadap keputusan membeli yang diberikan kepada konsumen hanphone android

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara merk terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

: Ada pengaruh merk, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

METODE PENELITIAN

Teknik dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis antar variabel yang telah dirumuskan sebelumnya. Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu pada bulan September - November tahun 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 sejumlah 274. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 73 responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purpose sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Instrument Penelitian dan Teknik Pengambilan Data

Instrument yang digunakan oleh peneliti sebagai alat pengumpulan data adalah kuesioner. Angket atau kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup. Responden tinggal memberikan tanda *check list* pada alternatif jawaban yang tersedia, yang diukur dengan menggunakan metode skala likert (*Likert Summated Ratings*) dengan ketentuan sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) skor 5, Setuju (S) skor 4, Ragu-ragu (RG) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan terdiri dari:

1. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, autokorelasi, multikolonieritas dan hetereoskedastisitas.
2. Analisa regresi linear berganda

   Analisa regresi linear berganda untuk membuktikan atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Rumus yang digunakan:

   Keterangan:

   Y : variabel dependen (keputusan membeli)

   : konstanta

   : koefisien regresi variabel

   ε : *error*

   : variabel independen 1 (merk)

   : variabel independen 2 (harga)

   : variabel independen 3 (kualitas produk)
3. Uji hipotesis
   a. Pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y secara Parsial (Uji t)

      Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel terikat dengan tingkat signifikan 5%.

   b. Pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y secara Simultan (Uji F)

      Uji F dimaksudkan untuk mengatahui apakah variabel-variabel bebas bersama-sama

mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi

   Koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat diketahui dari skor atau *adjusted R square.*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Universitas Nusantara PGRI Kediri di bawah naungan PPLP PT PGRI Kediri berdiri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24/d/0/2006 tanggal 12 Oktober 2006. Embrio Universitas Nusantara PGRI Kediri berasal dari IKIP PGRI Kediri yang berdiri sejak tahun 1976 berdasarkan Surat Keputusan Kopertis Wil VII Nomor 87A/1/1976 tanggal 17 mei 1976. Pada tahun 1993 didirikan STIE PGRI Kediri dengan SK Mendiknas RI Nomor 28/D/O/1993 pada tanggal 20April 1993. Pada tahun 1998 didirikan STT PGRI Kediri berdasarkan SK Mendiknas RI Nomor 09/D/O1998 tanggal 11 Februari 1998.

Fakultas Ekonomi merupakan pengejawantahan dari STIE Kediri setelah di gabung menjadi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Sebagai tindak lanjut SK Mendiknas tentang penggabungan lembaga pendidikan tinggi dibawah naungan YPLT-PT PGRI Kediri, maka STIE Kediri berubah menjadi Fakultas Ekonomi yang memiliki 2 (dua) program studi, yaitu :

1. Akuntansi (S-1)
2. Manajemen (S-1)

Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	[illegible]	[illegible]	Keterangan
Keputusan Membeli	1	0,636	0,230	Valid
	2	0,682	0,230	Valid
	3	0,681	0,230	Valid
	4	0,580	0,230	Valid
	5	0,652	0,230	Valid
	6	0,586	0,230	Valid
Merk	1	0,707	0,230	Valid
	2	0,788	0,230	Valid
	3	0,759	0,230	Valid
	4	0,728	0,230	Valid
	5	0,738	0,230	Valid
	6	0,712	0,230	Valid
Harga	1	0,768	0,230	Valid
	2	0,756	0,230	Valid
	3	0,722	0,230	Valid
	4	0,754	0,230	Valid
	5	0,740	0,230	Valid
	6	0,716	0,230	Valid
Kualitas Produk	1	0,464	0,230	Valid
	2	0,378	0,230	Valid
	3	0,495	0,230	Valid
	4	0,490	0,230	Valid
	5	0,532	0,230	Valid
	6	0,582	0,230	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,230. Sehingga dapat dikatakan bahwaw seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji reabilitas

Tabel 2

Hasi Uji Reabilitas

2. Uji reabilitas

Tabel 2
Hasi Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1	Keputusan membeli	0,680	0,60	Reliabel
2	Merk	0,774	0,60	Reliabel
3	Harga	0,776	0,60	Reliabel
4	Kualitas Produk	0,542	0,60	Reliabel

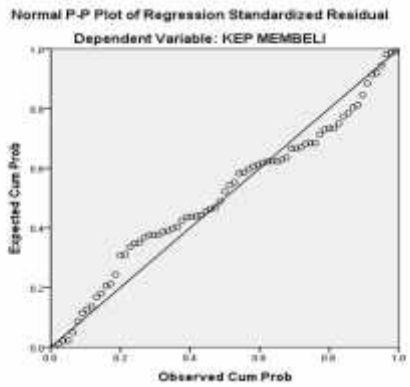
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih dari standar minimal *Cronbach's Alpha* yang disyaratkan yaitu 0,60 maka variabel seluruh variabel dinyatakan reliabel

Analisa Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2

Grafik Normal P-P Plot

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Dari gambar diatas terlihat bahwa plot / titik-titik menyebar dan maengikuti arah garis diagonal, berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat, jadi dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 3

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591[a]	.349	.320	1.913	1.401

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA, MERK

b. Dependent Variable: KEP MEMBELI

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Hasil uji *Durbin Watson* (DW) yang dihasilkan adalah 1,401. Nilai dU sebesar (1,7067). ,Sehingga nilai DW 1,401 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,7067 dan kurang dari (4 – du) yaitu (4 – 1,7067) = 2,2933. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) terletak pada dU < d < 4 – du yang berarti tidak ada autokorelasi.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4

Hasil Uji Multikolonieritas

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	MERK	.272	.125	.101	.761	1.314
	HARGA	.572	.525	.498	.895	1.117
	KUALITAS PRODUK	.274	.062	.050	.734	1.362

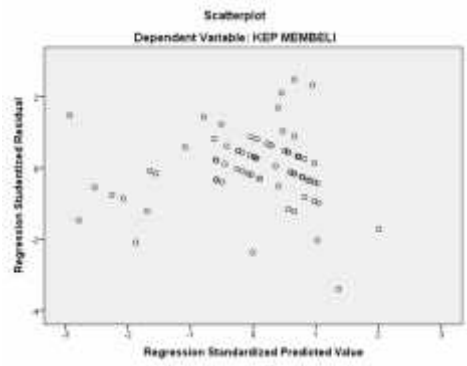
a. Dependent Variable: KEP MEMBELI

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hasil bahwa nilai VIF kurang dari 10.Jadi

dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3

Hasil Output Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Gambar diatas menyimpulkan bebas heteroskedastisitas sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi tingkat kinerja keputusan membeli berdasarkan masukan variabel bebas atau independen

Tabel 5

Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.902	3.088		2.576	.012
	MERK	.094	.090	.116	1.045	.300
	HARGA	.439	.086	.526	5.124	.000
	KUALITAS PRODUK	.066	.128	.058	.515	.609

a. Dependent Variable: KEP MEMBELI

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan output SPSS diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Model tersebut menunjukkan arti bahwa:

a. Konstanta = 7,902

Jika variabel merk, harga dan kualitas produk di asumsikan tetap maka keputusan membeli akan meningkat sebesar 7,902

b. Koefisien Merk (X_1)

Nilai koefisien merk menunjukkan angka sebesar 0,094 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk merkakan diikuti kenaikankeputusan membeli sebesar 0,094.

c. Koefisien Harga (X_2)

Nilai koefisien harga menunjukkan angka sebesar 0,439 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk hargaakan diikuti kenaikankeputusan membeli sebesar 0,439.

d. Koefisien Kualitas Produk (X_3)

Nilai koefisien kualitas produkmenunjukkan angka sebesar 0,066 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas produkakan diikuti kenaikankeputusan membeli sebesar 0,066.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6

Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	MERK	.372	.125	.101	.761	1.314
	HARGA	.572	.525	.498	.895	1.117
	KUALITAS PRODUK	.374	.062	.050	.734	1.362

a. Dependent Variable: KEP MEMBELI

Sumber: data primer yang diolah, 20115

Sumber: data primer yang diolah, 20115

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 20 diketahui bahwa kontribusi koefisien antara merk terhadap keputusan membeli sebesar 0,125 sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh merk terhadap keputusan membeli sebesar $(0,125)^2$ sama dengan 0,0156 atau 1,56%. Besarnya koefisien antara harga terhadap keputusan membeli sebesar 0,525 sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan membeli sebesar $(0,525)^2$ sama dengan 0,2756 atau 27,56%. Sedangkan besarnya koefisien antara kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar 0,062 sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sebesar $(0,062)^2$ sama dengan 0,0038 atau 0,38%.

Uji Simultan (Uji f)F

Tabel 7

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.202	3	45.067	12.317	.000[b]
	Residual	252.470	69	3.659		
	Total	387.671	72			

a. Dependent Variable: KEP MEMBELI

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA, MERK

Sumber: data primer yang diolah, 20115

Sumber: data primer yang diolah, 20115

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F sebesar 12,317 dengan tingkat signifikasi 0,000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05dan F hitung jauh lebih besar dari F tabel yakni 2,737maka Ho ditolak dan Ha diterima.Hal ini menunjukan bahwa secara simultan H_4 yang menyatakan bahwa ada pengaruh merk, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan membeli diterima.

A. Pembahasan

Berdasarkan analisa data pada penelitian ini dapat diketahui bahwa merk dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli sedangkan variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membeli. Adapun penjelasan untuk setiap variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. **Pengaruh Merk Terhadap Keputusan Membeli**

Dari hasil uji parsial diketahui bahwa merk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi 0,300 > 0,05 sehingga Ha yang berbunyi "ada pengaruh merk terhadap keputusan membeli mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 pada helm INK" ditolak

Hasil penelitian menyatakan bahwa sebagian mahasiwa adalah kalangan menengah kebawah jadi memilih untuk tidak memperdulikan merk. Namu merk juga berkontribusi terhadap keputusan membeli. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji parsial yang dipperoleh hasil dari koefisien parsial sebesar 0,125 sehingga r^2 adalah $(0,125)^2$ = 0,0156 atau 1,56% yang berarti sumbangan efektif untuk merk terhadap keputusan membeli sebesar 1,56%.

Dalam penelitian ini teori Richard Koch (Amin Wijaja 2005:3) menyatakan "merk adalah sebuah desain visual / nama yang diberikan kepada suatu produk atau jasa oleh suatu organisasi yang bertujuan untuk membedakan produknya dari produk-produk pesaing dan menjamin konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas tinggi yang konsisten".Tidak terbukti.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Membeli

Dari hasil uji parsial diketahui bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli.Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditentukan dalam proses pembelian akan membantu konsumen dalam memutuskan pembelian Helm INK. Pada saat transaksiatau kunjungan calon konsumen, konsumen akan membandingkan produk Helm INK dengan merk lain yang ada, dan jika mendapatkan bahwa produk di lokasi tersebut dapat memberikankesesuaian dengan dana yang dimiliki konsumen dan spesifikasi produk yang diinginkan makakeputusan pembelian akan terjadi.

Pengaruh harga terhadap keputusan membeli ditunjukkan dari uji parsial yang diperoleh hasil dari koefisien parsial sebesar 0,525 sehingga r^2 adalah $(0,525)^2$ = 0,2756 atau 27,56% yang berarti sumbangan efektif untuk harga terhadap keputusan membeli sebesar 27,56%. Secara parsial merk berpengaruh terhadap keputusan membeli mahasiswa Prodi Manajaemen, karena memperoleh signifikansi leih

kecil dari 0,05 sehingga Ha yang berbunyi "ada pengaruh harga terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Prodi Manajaemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012" diterima.

Dengan demikian penelitian ini bersesuaian dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisni. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2001:439) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dtukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli

Dari hasil uji parsial diketahui bahwa kualitas Helm INK tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli oleh para mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan tahun 2011/2012. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi 0,608 > 0,05 sehingga Ha yang berbunyi "ada pengaruh merk terhadap keputusan membeli mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012 pada helm INK" ditolak

Berdasarkan hasil penelitian mahasiswa lebih memprioritaskan peraturan per undang-undangan lalu lintas yang mengatakan setiap orang yang mengendarai sepeda motor wajib memakai Helm. Wajib memakai Helm secara implisit dan eksplisit tidaklah berbicara tentang kualitas. Hasil penelitian ini tidak bersesuaian / menunjang penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widha Anggun Sulistya.

Namun kualitas produk juga berkontribusi terhadap keputusan membeli. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji parsial yang diperoleh dari koefisien parsial sebesar 0,062 sehingga r^2 adalah $(0,062)^2 = 0,0038$ atau 0,38% yang berarti sumbangan efektif untuk kualitas produk terhadap keputussan membeli sebesar 0,38%.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widha Anggun Sulistya (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.

4. Pengaruh Merk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa merk, harga, kualitas produk bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan membeli Helm merk INK. Hal ini bisa terjadi karena merk dan kualitas produk yang secara parsial tidak berpengaruh signifikan, digabung dengan harga yang menjadi penentu dominan para Mahasiswa membeli Helm INK.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh merk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli Helm merk INK, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh signifikan merk terhadap keputusan membeli helm INK dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
2. Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan membeli Helm INK dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
3. Tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan membeli Helm INK dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012
4. Secara bersama-sama ada pengaruh signifikan merk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli Helm INK dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri angkatan 2011/2012

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan diatas maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

   Perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk guna untuk mempertahankan konsumen. Karena kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen sehingga mendorong untuk melakukan pembelian ulang. Perusahaan perlu menambah desain yang baru atau model yang berbeda dari yang sebelumnyaguna mengikuti trend untuk lebik menarik konsumen.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Untuk penelitian yang akan datang disarankan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain Merk, Harga dan Kualitas Produk yang berpengaruh terhadap Keputusan Membeli

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2009.Merk.*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian : suatu Pendekatan Praktik. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ariani Dorothea W. 2004.*Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas).* Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta.

Cateora R. Philip dan Graham L. John. Kualitas Produk. Pemasaran International.*International Marketing.*Edisi 13. Jakarta. Salemba Empat 2007.

Goodman, M. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran dan PemasaranJasa.*Bandung: Alfabeta.

Kadir, dan Loh. 2001. *Pengendalian Kualitas dan Manajemen Kualitas.*Penerbit CV Andi Offset: Yogyakarta.

Laksana, F. 2008. Harga.*Manajemen Pemasaran dan Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Sugiono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Susanto, A.B. 2004. Strategi Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Swastha, B dan Irawan. 2008. Keputusan Membeli. Manajemen Pemasaran Modern.*Liberty Offset.*Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2004. *Teori, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Kualitas*. Andi Offset:Yogyakarta.

Umar, H. 2008. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yusuf, M. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Membeli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang).* (*Online).*Tersedia http://www.eprints.undip.ac.id/29032/diunduh 14 September 2015.