

---

## PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOREK API GAS TOKAI

<sup>1)</sup>Nashrullah Fathurrohman, <sup>2)</sup>Benny Osta Nababan

<sup>1)</sup>Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara  
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia  
Email: nashrullahfathurrohman33@gmail.com

<sup>2)</sup>Dosen Tetap Program Studi Manajemen, STIE Dewantara  
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia  
Email: benny.osta@dewantara.ac.id

### ABSTRACT

*This research is related to variable product design and price, where Tokai gas match products have problems that are competition in the upper class, Tokai gas match product have a design that is no better than its competitors. And for the price of experiencing competition problems in the lower classes, which is no cheaper than a souvenir gas lighter. The purpose of the research is to know the effect of product design and price partially and simultaneously on purchasing decisions. This type of research is quantitative causality. This research was conducted from July 2020 to September 2020. In this study, the population is all consumers in Bogor regency. The samples in this study numbered 170 respondents. Analyze data using multiple linear regressions with the help of the SPSS program. The results showed the results of a partial hypothesis test proved that the product design and price partially positively influenced the decision to purchase Tokai gas matchstick product. The results of hypothesis test simultaneously prove that product design and price have a positive and significant influence on the purchase decision of Tokai gas matchstick products.*

**Keywords:** *Product Design Price, Purchase Decision, Tokai Gas Match.*

### ABSTRAK

Penelitian ini diantaranya yaitu terkait pada variabel desain produk dan harga, dimana produk korek gas api Tokai mengalami masalah yaitu persaingan di kelas atas, produk korek Tokai memiliki desain yang tidak lebih baik dari pesaingnya. Dan untuk harga mengalami masalah persaingan di kelas bawah yang memiliki harga yang tidak lebih murah dari korek gas souvenir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini kuantitatif kausalitas. Penelitian ini dilaksanakan di kabupaten Bogor. Dan waktu penelitian ini dilakukan sejak Juli 2020 sampai dengan September 2020. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang ada Kabupaten Bogor. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 170 responden. Analisa data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa desain produk dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk korek api gas Tokai. Hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa desain produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk korek api gas Tokai.

**Kata kunci:** Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Korek Api Gas Tokai.

---

## 1. PENDAHULUAN

Pada bulan Oktober 1982, di desa Dermaga, sebelah barat kota Bogor menuju arah Lewiliang berdiri sebuah perusahaan yang diberi nama PT Tokai Apollon Indonesia, yang memproduksi korek api gas sekali pakai (*disposable gas lighter*). Dengan pertimbangan ekonomis, pada bulan Juli 1983 PT Tokai Apollon Indonesia pindah lokasi ke desa Sukamaju, kecamatan Sukmajaya Kotamadya Depok, tepatnya di Jl. Raya Jakarta - Bogor KM. 36 Depok Jawa Barat.

Pada tanggal 12 Februari 1990 berdasarkan akta notaris Imas Fatimah, SH nomor 67, berdirilah PT Tokai Dharma Indonesia yang merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) dengan komposisi kepemilikan : Tokai *Corporation* Jepang = 80% dan Yayasan Dharma Putra Kostrad = 20%. Hingga saat ini produksi oleh pabrik PT Tokai Dharma Indonesia tidak hanya korek api saja, tetapi telah berkembang pada *barbeque lighter*, *razor* (pisau cukur), dan *biopipe*. Tetapi disini penulis hanya akan membahas terkait dengan produk korek api gas.

Dari penjelasan tentang profil perusahaan Tokai tersebut maka sangat wajar jika produk korek api gas Tokai kuat di pasar dan bisa dibilang sebagai pemimpin pasar, dikarenakan PT Tokai merupakan perusahaan korek api gas pertama yang ada Indonesia. Tetapi seiring perkembangan zaman pesaing produsen korek api gas semakin banyak.

Salah satu pesaing yang ada yaitu adalah produk korek api gas merek Cricket. Dimana produk tersebut mengusung konsep desain tampilan produk yang lebih menarik dibandingkan merek Tokai. Desain lebih modern, warna dan tampilan lebih menarik. Dan itu adalah merupakan suatu masalah bagi produk Tokai karna desain produk tersebut tidak lebih menarik dari kompetitornya.

*“Design is the totality of features that affect the way a product looks, feels, and*

*functions to a consumer”* Artinya Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan Kotler dan Armstrong (2016:396).

Sedangkan pada kelas menengah ke bawah dari persepsi harga produk tokai lebih mahal daripada korek yang umumnya di dapatkan pada souvenir pernikahan. Dan ini merupakan masalah bagi produk Tokai yang harganya tidak lebih murah dari kompetitornya. Berikut adalah gambar dari produk korek api yang sering beredar untuk di bagikan sebagai souvenir pernikahan yang harganya jauh lebih murah dibandingkan produk korek api dari Tokai.

Jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, nilai yang berharga yang pelanggan tukar untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau jasa Kotler dan Armstrong (2012:314).

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka Kotler dan Armstrong (2016:177). Untuk menguatkan data pada masalah yang diamati oleh penulis maka penulis melakukan survei pendahuluan terhadap 35 responden pengguna korek api gas Tokai.

Dari hasil survei ditarik kesimpulan bahwa para responden setuju terkait masalah yang ingin diteliti oleh penulis yang berjudul “Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Korek Api Gas Tokai”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup masalah yang telah diuraikan di atas maka masalah yang timbul adalah :

1. Apakah desain produk mempengaruhi terhadap keputusan pembelian korek gas api Tokai ?

2. Apakah harga produk mempengaruhi terhadap keputusan pembelian korek gas api Tokai ?
3. Seberapa besar variabel desain produk dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian korek gas api Tokai ?
4. Variabel mana yang lebih dominan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian korek gas api Tokai ?
5. Seberapa besar pengaruh variabel desain produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi terhadap keputusan pembelian korek gas api Tokai ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, dapat disusun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian korek Tokai
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian korek Tokai
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian korek Tokai.
4. Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian korek Tokai.
5. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh variabel desain produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi terhadap keputusan pembelian korek Tokai.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Manajemn Pemasaran

Menurut Mulyadi (2018:7), akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Proses

akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakai luar perusahaan, dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi keuangan. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan, dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi manajemen.

#### 2.1.2 Pengertian Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:396) menyatakan bahwa, *Design is the totality of features that affect the way a product looks, feels, and functions to a consumer.* Artinya Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

##### 2.1.2.1 Tujuan Desain Produk

Desain produk mempunyai tujuan dalam membantu perusahaan menciptakan dan mengembangkan suatu produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Satria Adhi Wicaksono (2015:20) mengemukakan tujuan desain produk adalah:

- a. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi.
- b. Untuk menghasilkan produk yang tren pada masanya.
- c. Untuk membuat produk seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya-biaya dengan tanpa mengurangi nilai jual produk tersebut.

#### 2.1.3 Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, nilai yang berharga yang pelanggan tukar untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

##### 2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga

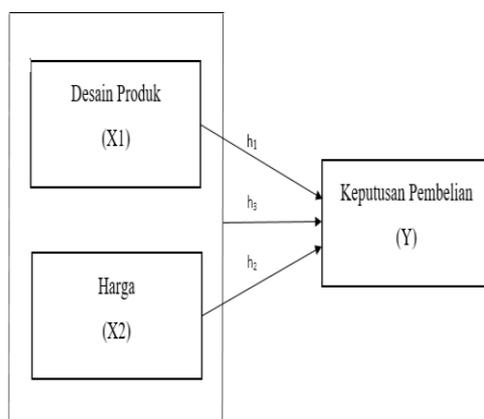
Menetapkan tujuan berdasarkan harga merupakan suatu yang fleksibel, dapat

diubah dengan cepat sejalan dengan perubahan pasar, termasuk masalah persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tujuan mencari laba maksimal dalam praktisnya akan sulit dicapai.

### 2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants.* yang artinya Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

## 2.2 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## 2.3 Hipotesis

Pengujian terhadap seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis nilai *t\_value* dari hasil pengolahan data yang diperoleh untuk kemudian dibandingkan dengan batasan

statistik yang diisyaratkan, yaitu di atas 1,96 untuk nilai *t\_value* pada taraf signifikansi sebesar 0,05. Apabila hasil pengolahan data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima.

Pembahasan pada pengujian hipotesis dilakukan secara bertahap sesuai dengan urutan hipotesis yang diajukan.

H<sub>0</sub>: Desain Produk **tidak** berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} < 1,96$ .

H<sub>1</sub>: Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} \geq 1,96$ .

H<sub>0</sub>: Harga **tidak** berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} < 1,96$ .

H<sub>2</sub>: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} \geq 1,96$ .

H<sub>0</sub>: Desain Produk dan Harga secara bersamaan **tidak** berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} < 1,96$ .

H<sub>3</sub>: Desain Produk dan Harga secara bersamaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Jika  $t_{table} \geq 1,96$ .

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Independent/Bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik itu secara positif maupun negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah desain produk dan harga.

2. Variabel Dependent/ Terikat (Y) Merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

**3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian yang dipilih adalah di Cibinong Kabupaten Bogor.

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dimulai dari bulan Januari, Februari, dan Maret 2020.

**3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen korek api gas Tokai di Kabupaten Bogor.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen korek api gas Tokai yang sudah memakai korek api gas Tokai minimal selama 3 (tiga) bulan terakhir. Sampel yang digunakan adalah 170 responden pengguna korek Tokai di Kab. Bogor, yang didapat dari 17 x 10. Dan cara sampel dengan googleform dibagikan dengan media sosial seperti instagram dan whatsapp.

**3.5 Teknik Analisa Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan :

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Uji Asumsi Klasik
  - 1. Uji Normalitas
  - 2. Uji Multikolonieritas
  - 3. Uji Heteroskedastisitas
- d. Analisis Regresi Berganda
- e. Analisis Korelasi
- f. Uji Hipotesis Statistik
  - 1. Uji t (Uji Parsial)
  - 2. Uji F (Uji Simultan)
- g. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu

kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh dari tabel r dengan jumlah responden (n) adalah 170 orang, derajat bebas (df) =  $n-k= 170-2= 168$  dan tingkat kesalahan 10%. Nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1654. Kriteria validitas nya jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Indikator	R tabel	R hitung	Keterangan
<b>Produk (X1)</b>			
X1.1	0.1497	0.458	Valid
X1.2	0.1497	0.630	Valid
X1.3	0.1497	0.589	Valid
X1.4	0.1497	0.619	Valid
X1.5	0.1497	0.641	Valid
X1.6	0.1497	0.656	Valid
X1.7	0.1497	0.488	Valid
X1.8	0.1497	0.506	Valid
<b>Harga (X2)</b>			
X2.1	0.1497	0.700	Valid
X2.2	0.1497	0.734	Valid
X2.3	0.1497	0.723	Valid
X2.4	0.1497	0,703	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>			
Y.1	0.1497	0.651	Valid
Y.2	0.1497	0.572	Valid
Y.3	0.1497	0.657	Valid
Y.4	0.1497	0.612	Valid
Y.5	0.1497	0.535	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil validitas tersebut yang saya uji, dari 17 pernyataan yang saya buat menunjukkan semua pernyataan dinyatakan valid yang rata-rata lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan semua pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid.

### 4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat kepercayaan dari data hasil kuesioner yang telah di isi oleh setiap responden.

Uji reliabilitas ini untuk menguji kekonsistensian kuesioner yang telah dibuat dalam penelitian ini sehingga peneliti dapat mengandalkan pernyataan pernyataan pada kuesioner tersebut.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Desain Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,678	8

Sumber: Data Diolah, 2020

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Harga**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	4

Sumber: Data Diolah, 2020

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,626	5

Sumber: Data Diolah, 2020

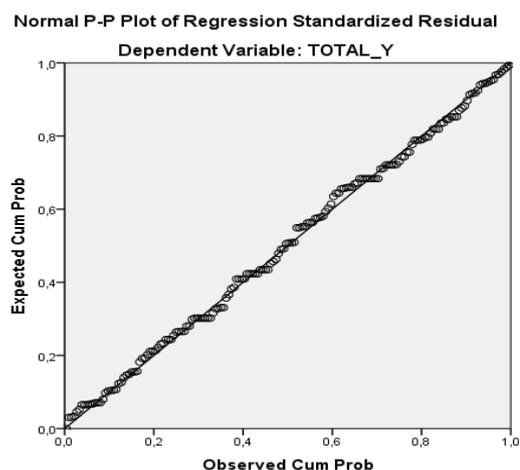
Berdasarkan uji reliabilitas untuk variabel desain produk, harga dan keputusan pembelian seperti pada tabel di atas, diketahui nilai Cronbach Alpha semua yang artinya lebih besar dari 0,6.

Dengan demikian instrumen pengukur atau kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dinyatakan handal atau reliabel.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 2. Uji Normalitas**

Pada gambar di atas dapat diketahui bahwa tampilan grafik terlihat memenuhi asumsi uji normalitas pada grafik normal plot, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Uji Normalitas data dilakukan juga dengan menggunakan metode *statistic Kolmogrov-Smirnov*.

Alat uji ini biasa disebut dengan uji-K yang terdiri dalam program SPSS. Hasil data *Kolmogrov-Smirnov* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99681414
Most Extreme Differences	Absolute	,039
	Positive	,029
	Negative	-,039
Test Statistic		,039
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas hasil uji menunjukkan uji kolmogrov dengan nilai 0,200 dengan begitu hasil menunjukkan lebih besar dari > 0,1 yang berarti uji dinyatakan normal.

**4.3.2 Uji Multikoleniaritas**

Uji Multikoliniearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas memiliki hubungan yang sama tinggi atau tidak. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikoleniaritas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

**Tabel 6. Hasil Uji Multikoleniaritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,388	1,605		3,979	,000		
	TOTAL Desain Produk	,218	,049	,318	4,468	,000	,877	1,140
	TOTAL Harga	,355	,084	,301	4,235	,000	,877	1,140

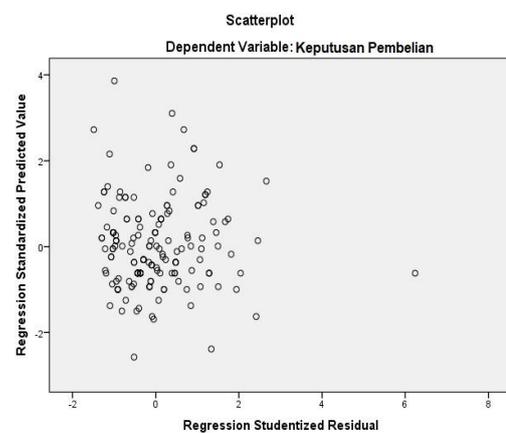
a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat menunjukkan nilai tolerance 0.877 dan VIF 1.140 dan berarti menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel yang memiliki nilai *Tolerance* yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada kolerasi antrara variabel independen. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniearitas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

**4.3.3 Uji Heterokedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas menggunakan *scatter plot*. Dari *scatter plot* dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y.



**Gambar 3. Uji Heterokedastisitas**

Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Salah satu cara ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan uji glejser, hasil data uji glejser pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 7. Hasil Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,533	,972		2,606	,010
	TOTAL Desain Produk	-,047	,030	-,130	-1,584	,115
	TOTAL Harga	,028	,051	,045	,552	,581

a. Dependent Variable: Abs Res

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai menunjukkan semua variabel lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa semua variabel berdistribusi normal yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4.4 Analisis Regresi linier Berganda**

Pengujian regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sekaligus untuk melihat hasil hipotesa yang diajukan. Data hasil analisis regresi berganda dapat disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,388	1,605		3,979	,000		
	TOTAL Desain Produk	,218	,049	,318	4,468	,000	,877	1,140
	TOTAL Harga	,355	,084	,301	4,235	,000	,877	1,140

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Data Diolah, 2020

Rumus regresi linier berganda dari variabel Desain pruduk, harga dan keputusan pembelian adalah sebagai berikut :  $Y = 6.388 + 0.218 X_1 + 0.355 X_2$

1. Koefisien regresi variabel desain produk mempunyai arah positif dengan nilai sebesar 0.218, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan 1 satuan nilai produk maka akan menaikkan nilai

keputusan pembelian sebesar 0.218 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

2. Koefisien regresi variabel harga mempunyai arah positif dengan nilai sebesar 0.355, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan 1 satuan nilai harga maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian sebesar 0.355 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

**4.5 Analisis Korelasi**

Berdasarkan pengolahan data menggunakan spss maka didapatkan hasil dari analisis korelasi antara variable desain produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) seperti pada table dibawah:

**Tabel 9. Hasil Uji Analisis Korelasi**

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,509	,259	,250	2,009	,259	29,182	2	167	,000

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1  
b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Data Diolah, 2020

Pada ketentuan pertama dapat disimpulkan berdasarkan tabel diatas bahwa nilai signifikan F *change* berada dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan antara variable desain produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berhubungan dengan keputusan pembelian.

Dan nilai R pada hasil spss diatas adalah 0.509. nilai tersebut digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara kedua variabel, dapat dilihat dari kategori sebagai berikut:

**Tabel 10. Kategori Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang

0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R 0.509 termasuk pada interval antara 0.40-0.599 yaitu memiliki tingkat hubungan yang sedang.

#### 4.6 Uji Hipotesis

##### 4.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji model regresi masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Nilai  $t_{tabel}$  digunakan sebagai pembanding dengan  $t_{hitung}$  apakah hipotesis diterima atau ditolak. Besarnya nilai  $t_{tabel}$  dapat diperoleh dari tabel t dengan menentukan nilai df (*degree of freedom*) dan nilai derajat kesalahan sebesar 0.05. Cara menghitung  $t_{tabel}$  sebagai berikut :

$$df = n - k - 1$$

$$df = 100 - 4 - 1 = 95$$

$$\text{Nilai } t_{tabel} = 1.974$$

Tabel 11. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,388	1,605		3,979	,000		
	Desain Produk	,218	,049	,318	4,468	,000	,877	1,140
	Harga	,355	,084	,301	4,235	,000	,877	1,140

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas pengujian hipotesa secara parsial pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Diketahui nilai  $t_{hitung}$  variabel produk ( $X_1$ ) adalah 3.979 variabel harga ( $X_2$ ) adalah 4.468

Analisa nya sebagai berikut:

##### a. Variabel Desain Produk

Hasil pengujian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel desain produk sebesar  $4.468 >$  nilai  $t_{tabel}$  1.974 dan nilai signifikansi  $0.0 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel desain produk

secara individual terhadap variabel keputusan pembelian.

##### b. Variabel Harga

Hasil pengujian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  untuk pemasaran variabel harga sebesar  $4.235 >$  nilai  $t_{tabel}$  1.974 nilai signifikansi  $0,060 < 0,1$ . Maka tolak  $H_0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga dengan keputusan pembelian.

##### 4.6.2 Uji F (Uji Silmutan)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama (simultan). Variabel produk dan harga akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen jika nilai signifikan kurang dari 0.05. Cara menentukan nilai  $f_{tabel}$  :  $df1 = k$  (jumlah variabel bebas) = 2 dan  $df2 = n-k-1 = 170-2-1 = 167 = F_{tabel} = 3.05$ .

Tabel 12. Hasil Uji F (Uji Silmutan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235,499	2	117,749	29,182	,000 <sup>b</sup>
	Residual	673,848	167	4,035		
	Total	909,347	169			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Sumber: Data Diolah, 2020

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 29.182 > F_{tabel} = 3.05$  dan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dengan nilai signifikan dibawah 0.05 menunjukkan bahwa secara simultan faktor desain produk dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk korek api Tokai.

#### 4.7 Uji Koefisien Determinasi

Pada Koefisien determinasi ( $R^2$ ) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

**Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,509 <sup>a</sup>	,259	,250	2,009	2,181
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1					
b. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Sumber: Data Diolah, 2020

Nilai koefisien diterminasi berada pada kolom R Sqaure yaitu 0.259 atau 25.9% yang artinya bahwa variabel desain produk dan harga secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh sebesar 25.9% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 74.1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung untuk variabel desain produk sebesar 4.468 > nilai ttabel 1.974 dan nilai signifikansi  $0.0 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel desain produk secara individual terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung untuk pemasaran variabel harga sebesar 4.235 > nilai ttabel 1.974 nilai signifikansi  $0,060 < 0,1$ . Maka tolak  $H_0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga dengan keputusan pembelian.
3. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 29.182 > Ftabel = 3.05 dan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dengan nilai signifikan dibawah 0.05 menunjukkan bahwa secara simultan faktor desain produk dan harga mempunyai pengaruh yang

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk korek api Tokai.

4. Dari hasil uji t parsial didapatkan hasil nilai thitung desain produk sebesar 4.468 dan thitung harga sebesar 4,235 maka dapat disimpulkan variabel yang lebih dominan yaitu variabel desain produk.
5. Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang di peroleh sebesar 0.259 hal ini berarti menunjukkan bahwa 25,9 % keputusan pembelian produk korek tokai dipengaruhi oleh faktor desain produk dan harga. sedangkan sisanya yaitu 74.1% keputusan pembelian produk korek Tokai di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk korek Tokai, maka penulis menyampaikan beberapa saran dengan harapan agar menjadi acuan dalam mewujudkan suatu konsep yang lebih baik, yaitu :

1. Diketahui bahwa hasil dari pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian mempunyai hasil yang signifikan sebaiknya PT Tokai Dharma Indonesia sebaiknya mengembangkan desain produk yang inovatif.
2. Deketahui juga hasil dari pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mempunyai hasil yang signifikan PT Tokai Dharma Indonesia sebaiknya menentukan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan.
3. Diharapkan PT Tokai Dharma Indonesia kedepannya memperhatikan variabel produk dan harga yang mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian agar bisa bersaing dengan

- kompetitornya dan bisa menguasai semua target pasar.
4. Dari hasil perbandingan uji t parsial diketahui desain produk lebih dominan maka diharapkan PT Tokai Dharma Indonesia lebih mendahului memperbaiki atau melakukan inovasi terhadap desain produknya.
  5. Diharapkan PT Tokai Dharma Indonesia kedepannya memperhatikan variabel-variabel yang mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produknya, dan mempunyai konsep yang lebih inovatif dalam meningkatkan keputusan pembelian.

## **6. DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Caisaria Kartono Putri. 2019. Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lengan Pendek Di Distro Destroyer Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 3 No. 2
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. (Edisi 4): Andi
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS .Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Kothari, C. R. 2009 *Research Methodology : Method and Techniques*. New Delhi : New age Internasional (P) Ltd, Publishers.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2012: *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014: *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kuntjojo. 2009. *Metode Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.Lungan,
- R. 2006. *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Yogyakarta: Penerbit Graha
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Satria Adhi Wicaksono. Skripsi, 2015. "Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen", Undergraduate Thesis of Universitas Negeri Semarang. Dalam <http://lib.unnes.ac.id/21460>. Di akses tanggal 20 Oktobr 2020.
- Sari, Ade Indah. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry pada Mahasiswa STIE Harapan Medan. *Jurnal e-maksi Harapan*. Volume 1, No. 1.
- Sudaryono, dkk. 2013. *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Swarjana, 1. K. (2012), *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Swarjana, I.K. (2016). Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi). Yogyakarta: ANDI.

**Website :**

<https://bintoro-craft.net/souvenir-pensil-boneka-karakter>

[https://media.karousel.com/media/photos/products/2017/03/06/koleksi\\_korek\\_apigascricket\\_1488789500\\_8bba7248.jpg](https://media.karousel.com/media/photos/products/2017/03/06/koleksi_korek_apigascricket_1488789500_8bba7248.jpg)

<http://mustdonee.atspace.com/products.html>

<https://www.logolynx.com/topic/tokai>

<https://docs.google.com/forms/d/1bIHIL4e3DgE5JjJCO1EA-FZAUgUU2odUYQKkEkLNQ/edit#responses>

[FZAUgUU2odUYQKkEkLNQ/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1bIHIL4e3DgE5JjJCO1EA-FZAUgUU2odUYQKkEkLNQ/edit#responses)