

PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi Pada Disribution Store Eight Wardrobe Tasikmalaya)

Rahma Aprilyani¹, Apri Budianto¹, Nina Herlina¹

¹Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

rahmaapriyani11@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana Pengaruh Karakteristik produk terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya? ; 2) Bagaimana Pengaruh Kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya? ; 3) Bagaimana Pengaruh Karakteristik produk dan kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya? Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis deskriptif pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang dijadikan objek penelitian adalah sebanyak 71 orang responden. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner dari subyek penelitian. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa karakteristik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada distro Eight Wardrobe Tasikmalaya dengan besarnya pengaruh 7,72% dan sisanya 92,28% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan rendah. Kebijakan harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen dengan besarnya pengaruh 44,35% dan sisanya 55,65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan kuat. Karakteristik produk dan Kebijakan harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen dengan besarnya pengaruh 44,48% dan sisanya 55,52% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa Karakteristik produk dan Kebijakan harga terhadap minat beli konsumen mempunyai tingkat hubungan yang kuat.

Kata kunci : Karakteristik Produk, Kebijakan Harga, dan Minat Beli Konsumen

Pendahuluan

Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu, kualitas dari suatu produk, dan informasi seputar produk (Duriyanto 2013 : 58). dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan tahap akhir dimana konsumen akan membeli atau tidak dari setiap produk yang ada untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut sangat di perlukan oleh setiap perusahaan serta menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan dari manajemen pemasaran yang di terapkan oleh perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono (2010 : 103) Atribut suatu produk adalah unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar minat beli konsumen. karakteristik produk merupakan indikator yang dapat dijadikan daya tarik dan merupakan salah satu faktor yang dianggap penting oleh konsumen, selain itu karakteristik produk dapat pula jadi salah satu unsur yang dijadikan andalan dalam memperebutkan

konsumen. Semakin baik karakteristik produk yang ditampilkan oleh suatu produk diharapkan mampu menumbuhkan minat beli konsumen.

Tjiptono dalam Purwari (2012:204) menyatakan, harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Variabel paling mendasar dari pemasaran adalah produk, yang merupakan tawaran nyata kepada pasar meliputi ciri-ciri dan wujud produk, kemasan, merk, dan kebijakan pelayanannya. Variabel penting lainnya yaitu harga, yakni jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Harga perlu disesuaikan dengan nilai produk yang ditawarkan menurut pandangan pelanggan, atau para pelanggan lain akan beralih ke pesaing lainnya untuk memilih produk mereka. Jadi karakteristik produk dan kebijakan harga adalah variabel pilihan penting terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di distro Eight Wardrobe. mengenai variabel karakteristik produk dan kebijakan harga yang berdampak pada minat beli konsumen. Eight Wardrobe adalah sebuah distro yang berdiri sejak tahun 2008. Usaha bisnis ini berada di Jl. Tentara Pelajar No.12 Kota Tasikmalaya. Eight Wardrobe merupakan salah satu distro yang menjual celana jeans, kemeja, topi, jaket dan kaos dengan harga yang terbilang hampir sama dengan produk dari pesaingnya. Berkaitan dengan karakteristik produk, Eight Wardrobe sendiri sudah memiliki beberapa variasi produk tetapi masih kurang baik karena belum sepenuhnya sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumennya. Selain karakteristik produk, Harga juga menjadi alasan pelanggan membeli sebuah produk. Dari hasil wawancara dengan Guntur Gugun Herlambang sebagai staf Eight Wardrobe dan mendapat hasil wawancara sebagai berikut : 1) Produk yang di tawarkan oleh bloods Industries yaitu pakaian dari ujung kaki sampai kepala , diantaranya (sepatu, celana, baju, kemeja , jaket, topi, dan aksesoris lainnya) kurang mengikuti trend dan selalu terlambat. 2) Harga Produk Eight Wardrobe lebih mahal dibandingkan dengan distro lain yang ada disekitar wilayah Tasikmalaya.

Menghadapi permasalahan tersebut, Eight Wardrobe harus mampu meningkatkan kembali kinerja pemasarannya demi profitabilitas perusahaan di masa mendatang terutama dalam hal karakteristik produk dan kebijakan harga. Selain itu perlunya pemahaman dari pihak Eight Wardrobe terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dengan cara meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Berdasarkan latar belakang maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Disribution Store Eight

Wardrobe Tasikmalaya)”. Rumusan Masalah 1) Bagaimana Pengaruh Karakteristik produk terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya? 2) Bagaimana Pengaruh Kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya? 3) Bagaimana Pengaruh Karakteristik produk dan kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya?. Tujuan Penelitian 1) Pengaruh karakteristik produk terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya 2) Pengaruh kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya 3) Pengaruh karakteristik produk dan kebijakan harga terhadap minat beli konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya.

Landasan Teoritis

Pengertian Karakteristik Produk

Karakteristik Produk adalah kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Setiap produk memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan setiap produsen selalu berusaha menciptakan produk yang memiliki karakteristik tersendiri sehingga konsumen memiliki persepsi khusus terhadap produk tersebut. Banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan merupakan langkah untuk menghadapi persaingan dalam merebut pangsa pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 4) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide”. Karakteristik produk merupakan modal atau atribut penting, sejauh produk tersebut mampu memberikan keuntungan untuk memenuhi tujuan yang lebih besar. Dengan Kata lain, Karakteristik Produk adalah suatu pola yang akan menentukan suatu produk layak untuk dikonsumsi atau tidak.

Pengertian Kebijakan Harga

Kebijakan Harga disebut juga *pricing policy*, adalah keputusan tentang cara penetapan harga barang atau jasa yang dijual yang diambil manajemen. Buchari Alma (2011 : 169) Medefinisikan “Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2010 : 159) mengemukakan bahwa “Harga adalah komponen yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lain isinya menghasilkan biaya”.

Dari definisi – definisi diatas dapat dijelaskan bahwa Harga adalah nilai suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan konsumen guna mendapatkan produk, sedangkan dari produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan.

Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu tersebut terhadap suatu produk. Durianto (2013 : 58) “Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk”.

Kinnear dan Taylor Dalam Sulistyari (2012 :19) “Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan”. Berdasarkan pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa minat beli timbul karena adanya ketertarikan dari individu tersebut terhadap produk yang diamati dan diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut. Selain itu produk yang telah diamati dan dipelajari tersebut juga akan lebih mudah untuk diperoleh.

Metode Penelitian

Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang di teliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Populasi dan sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 240 orang Konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya yang membeli produk dari Eight Wardrobe Tasikmalaya.

Sampel menggunakan rumus slovin dengan populasi 240 orang dengan nilai kritis yang diinginkan (e) sebesar 10% maka ukuran sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N e^2}$$

$$n = \frac{240}{1+240 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{240}{1+240 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{240}{3,4} = 70.59$$

Dengan demikian jadi responden yang akan digunakan untuk sampel minimal dibulatkan menjadi 71 responden.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Penilaian Karakteristik Produk di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya

Tabel 4.13

Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Karakteristik Produk

No	Indikator	Pernyataan	Skor Ideal	Total Skor	%	Skor Rata-Rata
1	Kualitas Produk	Produk Eight Wardrobe memiliki kualitas produk yang baik.	5 x 71 = 355	311	87,60	303,6
		Produk Eight Wardrobe sangat nyaman untuk dipakai.	5 x 71 = 355	303	85,35	
		Eight Wardrobe mempunyai estetika produk yang berkualitas.	5 x 71 = 355	297	83,66	
2	Fitur Produk	Produk yang di hasilkan Eight Wardrobe selalu memiliki ciri – ciri khusus	5 x 71 = 355	300	84,50	295,5
		Keawetan produk Eight Wardrobe dalam jangka waktu lama.	5 x 71 = 355	291	81,97	

3	Gaya dan Desain Produk	Produk Eight Wardrobe memiliki desain yang berbeda dengan merk lain.	$5 \times 71 = 355$	289	81,40	296
		Desain dari produk Eight Wardrobe sesuai dengan model yang diharapkan pelanggan.	$5 \times 71 = 355$	295	83,09	
		Desain dari produk Eight Wardrobe selalu <i>up to date</i> atau mengikuti perkembangan zaman.	$5 \times 71 = 355$	304	85,63	
	Jumlah		2840	2390	673,2	895,1
	Rata – rata		355	298,7 5	84,15	298,3

Dari tabel 4.13 Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel Karakteristik Produk Eight Wardrobe Tasikmalaya diperoleh total skor sebesar 2390 atau jika dirata – ratakan sebesar 298,75. Dari tabel tersebut juga di ketahui bahwa indikator Karakteristik Produk Eight Wardrobe Tasikmalaya yang memiliki nilai tertinggi adalah Kualitas Produk dengan nilai sor rata – rata sebesar 303,6 dan indikator yang memiliki nilai paling rendah adalah Fitur Produk dengan nilai skor rata –rata sebesar 295,5. Adapun untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan interval sebagai berikut :

Perhitungan Skor Tertinggi : $5 \times 71 \times 8 = 2840$

Perhitungan Skor Terendah : $1 \times 71 \times 8 = 568$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penulis menggunakan interval sebagai berikut :

Tabel 4.14

Pedoman Interpretasi Karakteristik Produk

	Interval	Kriteria	
<i>Olahan</i>	0 – 568	Sangat Rendah	<i>Sumber : Data Pribadi</i>
	569 – 1136	Rendah	
	1137 – 1704	Sedang	
	1705 – 2272	Tinggi	
	2273 – 2840	Sangat Tinggi	

Berdasarkan interval tersebut maka Karakteristik Produk Eight Wardrobe Tasikmalaya termasuk pada kategori Sangat Tinggi atau interval 2273 – 2840, karena skor total jawaban responden pada variabel Karakteristik produk adalah sebesar 2390 atau jika dirata – ratakan sebesar 298,75. Artinya, Karakteristik Produk Eight Wardrobe Tasikmalaya adalah Sangat tinggi.

Penilaian Kebijakan Harga di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya

Tabel 4.23

Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kebijakan Harga

No	Indikator	Pernyataan	Skor Ideal	Total Skor	%	Skor Rata-Rata
1	Keterjangkauan Harga	Harga produk Eight Wardrobe terjangkau oleh daya beli pelanggan.	5 x 71 = 355	303	85,35	295,5
		Harga yang ditawarkan cocok untuk semua kalangan masyarakat.	5 x 71 = 355	288	81,12	
2	Kesesuaian harga dengan Kualitas Produk	Harga produk Eight Wardrobe sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.	5 x 71 = 355	288	81,12	292

		Harga Produk Eight Wardrobe memenuhi harapan pelanggan.	$5 \times 71 = 355$	296	83,38	
3	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk Eight Wardrobe sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	$5 \times 71 = 355$	304	85,63	293,5
		Harga setiap produk Eight Wardrobe bervariasi.	$5 \times 71 = 355$	283	79,71	
4	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga produk Eight Wardrobe yang dapat bersaing dengan produk lain.	$5 \times 71 = 355$	287	80,84	292,5
		Harga sebanding dengan keunikan model produk.	$5 \times 71 = 355$	298	83,94	
Jumlah			2840	2347	661,09	1173,5
Rata – rata			355	293,37	82,63	293,3

Dari tabel 2.3 Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel Kebijakan Harga Eight Wardrobe Tasikmalaya diperoleh total skor sebesar 2347 atau jika dirata – ratakan sebesar 293,37. Dari tabel tersebut juga di ketahui bahwa indikator Kebijakan Harga Eight Wardrobe Tasikmalaya yang memiliki nilai tertinggi adalah Keterjangkauan Harga dengan nilai skor rata – rata sebesar 295,5 dan indikator yang memiliki nilai paling rendah adalah Kesesuaian harga dengan Kualitas Produk dengan nilai skor rata –rata sebesar 292

Adapun untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan interval sebagai berikut :

Perhitungan Skor Tertinggi : $5 \times 71 \times 8 = 2840$

Perhitungan Skor Terendah : $1 \times 71 \times 8 = 568$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penulis menggunakan interval sebagai berikut

:

Tabel 4.24

Pedoman Interpretasi Kebijakan Harga

Interval	Kriteria
0 – 568	Sangat Rendah
569 – 1136	Rendah
1137 – 1704	Sedang
1705 – 2272	Tinggi
2273 – 2840	Sangat Tinggi

Sumber : Data

Pribadi

Olahan

Berdasarkan interval tersebut maka Kebijakan Harga Eight Wardrobe Tasikmalaya termasuk pada kategori Sangat Tinggi atau interval 2273 – 2840, karena skor total jawaban responden pada variabel Kebijakan Harga adalah sebesar 2347 atau jika dirata – ratakan sebesar 293,37. Artinya, Kebijakan Harga Eight Wardrobe Tasikmalaya adalah Sangat Tinggi.

Penilaian Minat Beli Konsumen di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya

Tabel 4.33

Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Beli Konsumen

No	Indikator	Pernyataan	Skor Ideal	Total Skor	%	Skor Rata-Rata
1	Attention	Berminat membeli ke Eight Wardrobe karena adanya perhatian yang besar terhadap produk Eight Wardrobe.	5 x 71 = 355	295	83,09	289,5
		Melakukan keputusan membeli produk Eight Wardrobe karena ada rasa perhatian terhadap	5 x 71 = 355	284	80	

		terhadap produknya karena tahan uji, kuat, dan tahan lama.				
2	Interest	Tertarik datang membeli ke Eight Wardrobe karena adanya ketertarikan terhadap produk yang dihasilkan oleh Eight Wardrobe.	$5 \times 71 = 355$	275	77,46	270,5
		Datang membeli ke Eight Wardrobe karena tertarik dengan model produknya yang mempunyai ciri khusus yang tidak ditemukan diproduksi perusahaan lain.	$5 \times 71 = 355$	266	74,92	
3	Desire	Membeli produk Eight Wardrobe karena ingin memiliki salah satu produk yang dihasilkan oleh Eight Wardrobe	$5 \times 71 = 355$	282	79,43	283,5
		Membeli produk Eight Wardrobe karena anda yakin produk dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.	$5 \times 71 = 355$	285	80,28	
4	Action	Berminat membeli produk Eight Wardrobe karena modelnya tidak ada yang menyerupai karena didesain khusus agar sulit ditiru.	$5 \times 71 = 355$	288	81,12	287,5

	Berminat membeli produk Eight Wardrobe karena keputusan terakhir pembelian anda.	$5 \times 71 = 355$	287	80,84	
	Jumlah	2840	2262	637,14	1131
	Rata – rata	335	282,75	79,64	282,75

Dari tabel 4.33 rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel Minat Beli Konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya diperoleh total skor sebesar 2262 atau jika dirata – ratakan sebesar 282,75. Dari tabel tersebut juga di ketahui bahwa indikator Minat Beli Konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya yang memiliki nilai tertinggi adalah Attention dengan nilai skor rata – rata sebesar 289,5 dan indikator yang memiliki nilai paling rendah adalah Interest dengan nilai skor rata –rata sebesar 270,5. Adapun untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan interval sebagai berikut :

Perhitungan Skor Tertinggi : $5 \times 71 \times 8 = 2840$

Perhitungan Skor Terendah : $1 \times 71 \times 8 = 568$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penulis menggunakan interval sebagai berikut :

Tabel 4.34

Pedoman Interpretasi Minat Beli Konsumen

Interval	Kriteria
0 – 568	Sangat Rendah
569 – 1136	Rendah
1137 – 1704	Sedang
1705 – 2272	Tinggi
2273 – 2840	Sangat Tinggi

Sumber : Data

Olahan Pribadi

Berdasarkan interval tersebut maka Minat Beli Konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya termasuk pada kategori Tinggi atau interval 1705 – 2272, karena skor total jawaban responden pada variabel Minat Beli Konsumen adalah sebesar 2262 atau jika dirata – ratakan sebesar 293,37. Artinya, Minat Beli Konsumen Eight Wardrobe Tasikmalaya adalah Tinggi.

Pembahasan

Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Eight Wardrobe.

Sebagian besar konsumen ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Hal ini sejalan dengan Tjiptono (2010 : 103) yang mengatakan bahwa: Atribut suatu produk adalah unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar minat beli konsumen. karakteristik produk merupakan indikator yang dapat dijadikan daya tarik dan merupakan salah satu faktor yang dianggap penting oleh konsumen, selain itu karakteristik produk dapat pula jadi salah satu unsur yang dijadikan andalan dalam memperebutkan konsumen. Semakin baik karakteristik produk yang ditampilkan oleh suatu produk diharapkan mampu menumbuhkan minat beli konsumen.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka karakteristik produk mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli suatu produk, semakin tinggi karakteristik yang diberikan, maka konsumen akan semakin tinggi kepuasannya sehingga tingkat loyalitas yang dimiliki konsumen terhadap produk yang diberikan juga tinggi. Teori tersebut sesuai dengan hasil penelitian diketahui bahwa karakteristik produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya dengan hasil uji korelasi sebesar 0,278 yang memiliki tingkat hubungan yang rendah, dengan tingkat pengaruh sebesar 7,72%. Yang artinya bahwa karakteristik produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 7,72%. Hal tersebut sejalan dengan hasil uji hipotesis diketahui bahwa korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ hasil perhitungan di atas dengan α (alpha) untuk uji dua pihak dan $dk = n-2$ (69) diperoleh bobot $t_{hitung} = 2,402$ sedangkan bobot $t_{tabel} 1,667$. Jadi dari hasil perhitungan ternyata karakteristik produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Eight Wardrobe.

Salah satu variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah Kebijakan Harga, Harga merupakan suatu jumlah atau satuan lainnya yang dibutuhkan agar memperoleh hak kepemilikan atau hak penggunaan suatu barang dan jasa. Harga yang sesuai dengan kualitas yang di terima akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan keputusan

pembelian. Menurut Tjiptono dalam Purwari (2012:204) menambahkan bahwa : Harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Harga perlu disesuaikan dengan nilai produk yang ditawarkan menurut pandangan pelanggan, atau para pelanggan lain akan beralih ke pesaing lainnya untuk memilih produk mereka.

Teori tersebut sejalan dengan hasil penelitian diketahui bahwa Kebijakan Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan hasil uji korelasi sebesar 0,666 yang memiliki tingkat hubungan yang kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 44,35% yang artinya bahwa Kebijakan Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 44,35%. Hal tersebut sejalan dengan hasil uji hipotesis diketahui bahwa korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ hasil perhitungan di atas dengan α (alpha) untuk uji dua pihak dan $dk = n - 2$ (69) diperoleh bobot $t_{hitung} =$ sedangkan bobot t_{tabel} 1,667. Jadi dari hasil perhitungan ternyata karakteristik produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Pengaruh Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Eight Wardrobe.

Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga memberikan pengaruh terhadap Minat Beli Konsumen di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik karakteristik produk dan kebijakan harga maka minat beli akan semakin meningkat. Hasil penelitian diketahui bahwa karakteristik produk dan kebijakan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya dengan hasil uji korelasi sebesar 0,667. Nilai tersebut berada pada kategori kuat artinya bahwa Karakteristik Produk (X1) dan Kebijakan Harga (X2) mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel Minat Beli Konsumen (Y). Korelasi yang terjadi adalah korelasi positif, yaitu berada diantara interval 0,60 – 0,799. Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya sebesar 44,48% sedangkan 55,52% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian bahwa $F_{hitung} = 27,24$ dan $F_{tabel} = 3,13$. Artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $27,24 > 3,13$ maka signifikan dengan kata lain hipotesis yang penulis ajukan yaitu “terdapat pengaruh yang positif Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya” terbukti karena telah teruji kebenarannya.

Simpulan

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Karakteristik produk terhadap minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya. Dari hasil koefisien korelasi sederhana variabel karakteristik produk terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa tingkat hubungan berada pada kategori rendah. Setelah dilakukan uji hipotesis maka diketahui bahwa terdapat pengaruh karakteristik produk terhadap minat beli konsumen eight wardrobe. Artinya, apabila karakteristik produk sudah baik maka minat beli konsumen meningkat.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kebijakan harga terhadap minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe Tasikmalaya. Dari hasil koefisien korelasi sederhana variabel kebijakan harga terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa tingkat hubungan berada pada kategori kuat Setelah dilakukan uji hipotesis maka diketahui bahwa terdapat pengaruh kebijakan harga terhadap minat beli konsumen. Berarti dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen ditentukan oleh sejauh mana kebijakan harga yang diberikan perusahaan.
3. Minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe termasuk pada kategori baik, begitu pula berdasarkan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh karakteristik produk dan kebijakan harga terhadap minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe, Dari hasil koefisien korelasi sederhana variabel karakteristik produk dan kebijakan harga terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa tingkat hubungan berada pada kategori kuat. Artinya, semakin baik karakteristik produk dan kebijakan harga yang diberikan maka minat beli konsumen pada Distro Eight Wardrobe akan meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Distro Eight Wardrobe lebih meningkatkan kembali karakteristik produk terutama pada indikator fitur produk disarankan untuk melakukan inovasi dengan cara meningkatkan ciri – ciri khusus pada produk supaya lebih menarik minat beli konsumen
2. Distro Eight Wardrobe disarankan untuk melakukan penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dimana harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh

konsumen dan harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diberikan atau dengan cara memberikan promo dan potongan harga yang menarik.

3. Mengingat karakteristik produk dan kebijakan harga sangat penting terhadap minat beli konsumen maka sebaiknya Distro Eight Wardrobe lebih meningkatkan karakteristik produk dan kebijakan harga supaya minat beli konsumen akan lebih meningkat.

Daftar Pustaka

- Agustini. 2013. *Pengelolaan dan Unsur – unsur manajemen*. Jakarta : Citra Pustaka.
- Anrietha, L. 2018. *Pengaruh Kebijakan Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pelanggan. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Universitas Negeri Makasar.*
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cetakan ke 13 Penerbit Liberty.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi,. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Latief, Abdul. 2018. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.7, NO.1. Diakses pada 27-02-2019.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Universitas Brawijaya Pres.
- Handoko, T Hani. 2009. *Manajemen*. Yogyakarta : BPEF-YOGYAKARTA.
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta : Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Herry Achmad, dan Djaslim, S. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Jonathan, Herdioko 2017. *Pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja produk kopi secara daring: studi kasus pada situs internet otten coffee*. JRMB, Volume 12, No. 2. Diakses pada 27-02-2019.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.

- Marchelyno, Sundalangi et, al. 2014. *Kualitas produk, daya tarik iklan, dan potongan harga terhadap minat beli konsumen pada pizza hut manado*. Jurnal EMBA Vol.2 No.1 Diakses pada 27-02-2019.
- Nela, Kristiana et, al. 2012. *Pengaruh persepsi atribut produk terhadap minat beli konsumen mobil merek isuzu elf studi pada PT. Karya zirang utama isuzu semarang*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan, Vol 3 Nomor 1. Diakses pada 27-02-2019.
- Riduwan. 2008. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ryerson. 2009. *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Santri, Zulaicha et, al. 2016. *Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di morning bakery batam*. Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4, No. 2, hlm. 125-136. Diakses pada 16-01-2019.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Erlangga.
- Syamsuddin. 2017. *Penerapan fungsi-fungsi Manajemen*. Jurnal Idaarah, Vol. I. Diakses tanggal 29-12-2018.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Penerbit CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi.