

Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

# **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK**

**(Studi pada pengguna helm INK di Kabupaten Kebumen)**

**Faqih Alfiansyah Alrosyid**

Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa

E-mail : [faqihalfiansyah1@gmail.com](mailto:faqihalfiansyah1@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari harga, kualitas produk dan citra merek sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisis yang digunakan menggunakan bantuan program analisis SPSS versi 25 for Windows. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara silmutan variabel harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.**

## **Abstract**

This study aims to determine the effect of price, product quality and brand image on purchasing decisions for the INK helmet brand in Kebumen Regency. Data was collected by distributing questionnaires. This study took a sample of 100 respondents. The independent variables of this study consist of product prices and brand image depending on the quality that is determined, namely purchasing decisions. This study uses data analysis techniques using descriptive and statistical analysis techniques including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, hypothesis testing, multiple linear analysis and coefficient of determination. The analytical technique used is the SPSS version 25 analysis assistance program for Windows. The results obtained in this study indicate that partially the product quality and brand image variables have a significant effect on purchasing decisions, while the price variable has no significant effect on purchasing decisions. In general, the variables of price, product quality and brand image have an effect on purchasing decisions.

**Keywords : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

## Pendahuluan

Era modern saat ini, transportasi sangat berperan penting dalam kesejahteraan masyarakat dalam berbagai bidang. Peningkatan di bidang transportasi tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya jumlah kendaraan. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang cepat dan efisien sehingga sudah tidak bisa dipisahkan lagi dari keseharian sebagian besar masyarakat di Indonesia saat ini.

Dengan menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi, maka kendala waktu dan jarak dapat diatasi dengan mudah, terutama pada masyarakat perkotaan yang selalu dalam himpitan kemacetan lalu lintas. Namun di lain pihak, sepeda motor adalah moda transportasi yang memiliki tingkat resiko paling tinggi dalam kecelakaan lalu lintas dan juga memiliki tingkat proteksi yang paling rendah terhadap pengendaranya, terutama proteksi terhadap kepala pengendara, yang merupakan asset paling berharga manusia.

Masyarakat Indonesia menyadari pentingnya perlindungan kepala pada pengendara sepeda motor, oleh karena itu saat ini banyak tumbuh perusahaan yang menyediakan berbagai jenis alat keselamatan dalam berkendara seperti helm. Helm yang berkualitas adalah helm yang aman dan nyaman. Biasanya helm semacam ini lulus persyaratan *Department Of Transportation* (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar Eropa, Jepang juga Indonesia memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI). Oleh karena itu, helm yang aman dan baik digunakan harus sesuai dengan tingkat standar keamanan dan kenyamanan.

Saat ini banyak perusahaan-perusahaan produksi helm baik pada dalam negeri maupun luar negeri yang menawarkan berbagai macam merek helm salah satunya pada perusahaan PT Tara Kusuma Indah. Perusahaan ini berdiri lebih dari 30 tahun. Perusahaan ini memproduksi helm berkualitas seperti INK, KYT, MDS untuk menengah-atas serta BMC dan HIU yang berkonsentrasi untuk kelas menengah-bawah.

Helm INK sudah dikenal sebagai merek produk yang berkualitas selama bertahun-tahun. Helm ini dikenal sebagai produk helm yang sudah berstandar SNI. Selain itu, helm INK juga menawarkan harga yang terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat. Kuatnya citra merek yang

membuat INK mampu bersaing dan bertahan dengan banyaknya produk helm yang bermunculan di pasar. Adapun *market share* yang diperoleh INK pada tahun 2018 – 2020 jika dibandingkan dengan produk helm merek lain dapat dilihat pada tabel I-1 :

**Tabel 1**  
**Top Brand Index (TBI) Indonesia**  
**Kategori Helm Tahun 2018-2021**

No	Merek	2018(%)	2019(%)	2020(%)	2021(%)
1.	KYT	34.0%	30.3%	25.9%	27.1%
2.	INK	19.6%	19.6%	18.7%	18.2%
3.	GM	8.9%	9.4%	7.5%	6.6%
4.	BMC	8.3%	8.2%	6.4%	10.6%

Sumber : *Topbrand tahun 2018-2021*

Berdasarkan data yang terlihat pada Tabel 1-1, Helm KYT menempati posisi pertama setiap tahunnya sedangkan INK berada diposisi Top kedua, dari tahun 2018 sebesar 19,6%, selanjutnya pada tahun 2019 sebesar 19.6% dan pada tahun 2020 sebesar 18.7%, sedangkan pada tahun 2021 sebesar 18,2%. Walaupun setiap tahun mengalami penurunan tetapi hanya beberapa persen saja dan helm INK juga setiap tahunnya menempati posisi Top kedua. Hal ini membuktikan bahwa helm merek INK memiliki citra merek yang baik di mata masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai keputusan pembelian helm merek INK.

Hal ini membuktikan bahwa masing-masing merek helm tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merek lain. Maka kegiatan pemasaran yang baik dan tepat memegang peranan penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Dengan kata lain, pihak produsen harus mampu menarik minat konsumen akan hasil produksi yang dijual dan berupaya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya. Ada 3 Perusahaan helm salah satunya Inako Korea (INK) menjawab kebutuhan dengan menciptakan helm berstandar internasional dengan slogan "*The Winning Spirit*" menjadikan helm INK mempunyai tempat yang khusus di mata konsumen. Meskipun harga helm INK ini lebih mahal dari pada merek lain, namun spesifikasi dan model serta kenyamanan saat dipakai di kepala pengendara motor cukup

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

menjadi alasan untuk memutuskan membeli helm INK.

Berdasarkan hal tersebut agar dapat mengetahui apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen, peneliti melakukan observasi terhadap pengguna helm merek INK guna mendukung penelitian ini.

**Tabel 2**  
**Survey Konsumen Helm Merek INK**

No	Variabel	Jumlah Responden	Presentase
1.	Harga	10	25%
2.	Kualitas Produk	12	30%
3.	Citra Merek	9	22,5%
4.	Gaya Hidup	4	10%
5.	Kesadaran Merek	5	12,5%
	Jumlah	40	100%

Sumber : Data Observasi, 2021

Berdasarkan Tabel II-1 survey awal dengan mengambil 40 responden dengan ketentuan umur di atas 17 tahun yang memutuskan membeli helm merek INK. Hasilnya 10 responden memutuskan membeli helm merek INK karena harga, selanjutnya 12 responden memutuskan membeli helm merek INK karena kualitas produk, sedangkan 9 responden memutuskan membeli helm merek INK karena citra merek, selebihnya ada 4 responden memutuskan membeli helm merek INK karena gaya hidup dan 5 responden memutuskan membeli karena kesadaran merek.

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan bersedia menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir (Adirama Aldi 2012). Sedangkan Hasan (2013:181) mengatakan bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan dalam memilih tindakan dari beberapa alternatif dalam membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi. Tjiptono dalam Solihin (2015:43) mengatakan keputusan konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam pengambilan keputusan yang menentukan adalah kegiatan tersebut.

Harga dalam keputusan pembelian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, pemasar biasanya memodifikasi harga mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:345) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Andi (2015:128) mengatakan bahwa harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Penelitian mengenai harga pernah dilakukan oleh Martini (2015), yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Sekutermetik". Hasil dari penelitian ini bahwa harga merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ayuniah (2017), yang berjudul "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Kampus Depok)". Hasil dari penelitian ini secara parsial citra merek, kualitas produk dan harga pada salah satu produk Wardah yaitu lipstik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Hasil penelitian Kurniadi (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk merupakan bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang. Setelah konsumen melihat secara fisik pada barang tersebut kualitas

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk, selain itu kualitas merupakan salah satu alat pemasaran yang penting.

Dadang (2019), mengatakan bahwa kualitas produk adalah konsumen merasakan adanya kecocokan pada produk tersebut sehingga keinginannya sesuai dengan harapan dalam memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut Riyono dan Erlik (2016) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk, selain itu harga juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

Salah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu citra merek. Penelitian mengenai citra merek pernah dilakukan oleh Listana dan Aida (2021), yang berjudul "Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi". Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Banyak faktor yang menyebabkan konsumen memilih helm merek INK sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada helm merek INK yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek.

Tatik Suryani, (2013:86) mengatakan bahwa citra merek umumnya mendefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. Sedangkan menurut Ferrinadewi dalam Menik Wijianty (2016:68) menyatakan bahwa "Brand image adalah persepsi tentang brand yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada brand tersebut". Kotler dan Armstrong (2012) mengatakan bahwa citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Banyak faktor yang menyebabkan konsumen memilih helm merek INK sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada helm merek INK yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek.

## **Kajian Teori dan Telaah Literatur Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono dalam Solihin (2015:43) mengatakan keputusan konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam pengambilan keputusan yang menentukan adalah kegiatan tersebut.

Aaker (2008 : 225) keputusan pembelian adalah tentang macam-macam dorongan dalam mengambil suatu keputusan. Indikator - indikator keputusan pembelian menurut Aaker (dalam Budi Setiawan dkk, 2018) yaitu sebagai berikut :

- 1) Kemantapan membeli
- 2) Pertimbangan dalam membeli
- 3) Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan

## **Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2011:345) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Rial Ula Ananata, 2017) indikator yang digunakan untuk mengukur harga sebagai berikut :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Keseuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

## **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk merupakan bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memasukan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang. Indikator menurut Graham dalam Zidatul Maristriana, (2015) adalah sebagai berikut :

- a. Persaingan yang lebih tinggi
- b. Pilihan yang lebih banyak
- c. Menciptakan kekuatan yang lebih besar

## **Citra Merek**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Adapun indikator citra merek menurut Lamb et al. (dalam Aprianto, 2016)

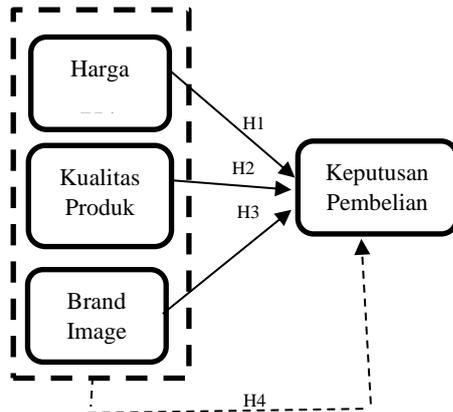
# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

menyatakan indikator citra merek adalah sebagai berikut :

- Merek mudah diingat
- Kualitas keseluruhan produk
- Keterkenalan produk
- Merek terpercaya

## Model Empiris



## Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *puposive sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan (Sugiono, 2010:85). Kriteria atau syarat sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang berusia 17 – 34 tahun yang pernah memutuskan membeli helm merek INK. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 25 for windows. Analisis kuantitatif atau statistik digunakan untuk menganalisis data dari hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan metode – metode statistik.

## Hasil dan Pembahasan

### Pengujian Validitas

**Tabel 3**

**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

variabel	B uti r	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifi kansi	Ket.
Keputusan Pembelian	Y. 1	0,861	0,196	0,000	Valid
	Y. 2	0,868	0,196	0,000	Valid
	Y. 3	0,799	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0, 196) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

**Tabel 4**

**Hasil Uji Validitas Harga**

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifikansi	Ket.
Harga	X1.1	0,686	0,196	0,000	Valid
	X1.2	0,670	0,196	0,000	Valid
	X1.3	0,802	0,196	0,000	Valid
	X1.4	0,616	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0, 196) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel harga dinyatakan valid.

**Tabel 5**

**Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifikansi	Ket.
Kualitas Produk	X2.1	0,771	0,196	0,000	Valid
	X2.2	0,739	0,196	0,000	Valid
	X2.3	0,743	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0, 196) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel kualitas produk dinyatakan valid.

**Tabel 6**

**Hasil Uji Validitas Citra Merek**

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Signifikansi	Ket.
Citra Merek	X3.1	0,698	0,196	0,000	Valid
	X3.2	0,662	0,196	0,000	Valid
	X3.3	0,754	0,196	0,000	Valid
	X3.4	0,641	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0, 196) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel citra merek dinyatakan valid.

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

## Pengujian Reliabilitas

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Ket.
1	Keputusan Pembelian	0,795	$\alpha > 0,60$	Reliabel
2	Harga	0,643	$\alpha > 0,60$	Reliabel
3	Kualitas Produk	0,612	$\alpha > 0,60$	Reliabel
4	Citra Merek	0,630	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil analisis dapat dijelaskan bahwa uji reliabilitas terhadap 4 instrumen menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel, karena masing – masing instrumen memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari  $> 0,60$ . Dengan demikian interpretasi koefisien korelasinya menunjukkan hubungan yang kuat dengan tingkat interval koefisien  $> 0,60$ .

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constanta)	.586	.938		.625	.534
Harga (X1)	-.045	.098	-.045	-.458	.648
Kualitas Produk (X2)	.400	.110	.340	3.651	.000
Citra Merek (X3)	.464	.076	.538	6.130	.000

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

- Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian  
Hasil uji t pada tabel IV – 14 di atas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,458 < t_{tabel}$  sebesar  $1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,648 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) ditolak.
- Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian  
Hasil uji t pada tabel IV – 14 di atas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,651 > t_{tabel}$  sebesar  $1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) diterima.

- Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian  
Hasil uji t pada tabel IV – 14 di atas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,130 > t_{tabel}$  sebesar  $1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) diterima.

## Penutup dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm merek INK di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen, artinya variabel harga bukan menjadi faktor pertimbangan dalam memutuskan pembelian helm merek INK.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk yang diberikan pada suatu produk maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek suatu produk menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Semakin baik citra merek yang dikenal masyarakat, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
- Berdasarkan hasil penelitian nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $39,599 > F_{tabel}$   $2,70$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek secara bersama

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

– sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen.

## Keterbatasan

Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain yaitu :

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Untuk peneliti selanjutnya mencari atau menambahkan variabel bebas (X), selain dalam penelitian ini seperti gaya hidup, desain produk ataupun faktor lainnya yang dapat menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian.
2. Kuesioner disebarluaskan secara online kepada calon responden menggunakan google formulir mengakibatkan mendominasinya responden 23 – 28 tahun dan merupakan pelajar/mahasiswa maupun karyawan swasta, kemudian kuesioner juga menjadi sulit dijangkau oleh responden yang berusia 29 – 34 tahun.

## Implikasi

### Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga bukan menjadi tolak ukur konsumen dalam memutuskan pembelian helm INK.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Sebaiknya perusahaan helm merek INK lebih menjaga lagi kualitas produk seperti daya tahan produk dan meningkatkan komponen-komponen pengganti agar mudah ditemukan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek INK di Kabupaten Kebumen. Sebaiknya perusahaan helm merek INK membuat beberapa kegiatan *brand knowledge* mengenai helm merek INK dalam *event marketing* helm merek INK sehingga mampu menarik perhatian masyarakat. Bahi PT Tara Kusuma Indah sebagai produsen helm merek INK, perusahaan dapat memproduksi produknya melalui media

pemasaran seperti televisi ataupun media lainnya agar lebih banyak lagi jangkauan pemasarannya dan mempresentasikan bahwa perusahaan benar – benar memperhatikan keamanan pengguna sepeda motor, sehingga hal tersebut dapat membangun citra yang positif bagi konsumen dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian.

## Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Gunawan dan Susanti, 2019) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Suatu perusahaan lebih menjaga lagi agar kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kualitasnya. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian (Listiana dan Nur Aida, 2021) juga memberikan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Suatu merek harus memiliki citra merk yang baik, untuk membuat citra merek yang baik perusahaan harus mampu membuat inovasi – inovasi terkait produk dengan membuat produk tersebut sebagus mungkin dan tidak membuat konsumen kecewa. Suatu merek juga harus mempunyai citra membeli sebuah produk dari merek tersebut. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Putri Ayuniah, 2017) bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

## Daftar Pustaka

- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39-49.
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Gas Rinnai Pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 16(2).
- Ariningrum, Aprilia Intan. *Analisis Pengaruh Green Product dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen)*. Diss. Universitas Putra Bangsa, 2021.
- Ayuniah, Putri. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 22.3 (2017).
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap underpricing harga saham pada perusahaan yang melakukan initial public offering (Studi empiris perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 143-158.
- Bindas, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga (Price), Tempat (Place) Dan Promosi (Promotion) Terhadap Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) Pengguna Layanan Jasa Cuci Sepeda Motor Kyta Tembilahan. *Juti Unisi*, 4(1), 36-44.
- Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan-p iklan terhadap minat beli celana jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 319-336.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada Ud. Tahu Rosydi Puspian Maron Probolinggo. *UNEJ e-Proceeding*, 463-482.
- Janti, Suhar. "Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen." *PROSIDING SNAST* (2014): 155-160.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Kurniadi, F. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 46-53.
- Listiana, L., & Aida, N. (2021). Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi. *Pamator Journal*, 14(1), 72-78.
- Mahaputra, I. N. K. A. (2012). Pengaruh rasio-rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2).
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal penelitian*, 9(1).
- Nasution, Teguh Iman Saputra, and Tri Kurniawati. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand

# Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK

(Studi Pada Pengguna Helm Merek INK di Kabupaten Kebumen)

- Livina." *Jurnal Ecogen* 1.4 (2019): 880-886.
- iPhone. *Cakrawala IMWI*, 3(1), 1-10. *Repositori*
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 619-630.
- Prakoso, D. (2021). *Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurier (JNE) Tebing Tinggi* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Putri, D. R. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Gelael Ciracas Jakarta Timur.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139-145.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(1).
- Setiawan, M. I., & Unesa, K. K. S. PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK JENIS OPEN FACE.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang).
- Setiawan, Margaretha Fiani. "Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo." *Jurnal Strategi Pemasaran* 1.1 (2013).
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi, F. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Thengio, J., Beatrice, B., Lie, F., Salim, V., & Marpaung, F. K. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Expravet Nasuba. *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 2(2), 110-116.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga). *Among Makarti*, 9(1).