

## **Analisis Pengaruh Harga Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Di Jorrines Design & Decor**

**\*Ihdina Gustina<sup>1</sup>, Dedy Lazuardi<sup>2</sup>, Muammar Rinaldi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Eka Prasetya, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Negeri Medan, Indonesia

[ihdina@eka-prasetya.ac.id](mailto:ihdina@eka-prasetya.ac.id)

**\*Penulis Korespondensi**

---

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Jorrines Design & Decor serta unit observasinya adalah konsumen Jorrines Design & Decor. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jorrines Design & Decor sebanyak 115 responden. Sampel penelitian dalam penelitian ini sebanyak 90 orang dengan rumus Slovin. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan kuesioner. Metode analisis adalah analisis regresi berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa Harga dan Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. Hasil uji F menunjukkan Harga dan Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa variabel minat beli cukup kuat dijelaskan variabel Harga dan Perilaku Konsumen dan sisanya variabel Minat Beli dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Kualitas Layanan dan Produk.*

**Kata Kunci :** *Harga, Perilaku Konsumen, Minat Beli*

---

## **Analysis of the Influence of Price and Consumer Behavior on Purchase Interest at Jorrines Design & Decor**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Price and Consumer Behavior on Buying Interest in Jorrines Design & Decor. The research methodology used is quantitative descriptive method. The unit of analysis in this study is Jorrines Design & Decor and the observation unit is Jorrines Design & Decor consumers. The population in this study were consumers of Jorrines Design & Decor as many as 115 respondents. The research sample in this study were 90 people with Slovin formula. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. Data collection techniques through observation, documentation and questionnaires. The method of analysis is multiple regression analysis. T test results indicate that Price and Consumer Behavior significantly influence Buying Interest in Jorrines Design & Decor. F test results show that Price and Consumer Behavior have a significant effect on Buying Interest in Jorrines Design & Decor. The results of the coefficient of determination test (R<sup>2</sup>) show that the Buying Interest variable*

---

*is quite strongly explained by the Price and Consumer Behavior variable and the rest of the Buying Interest variables are explained by other variables not included in the research model such as Service and Product Quality.*

**Keywords :** Price, Consumer Behavior, Buying Interest

---

## **PENDAHULUAN**

Bisnis dekorasi ulang tahun di Indonesia saat ini sangat berkembang dimana terdapat wirausaha-wirausaha baru yang dapat mengembangkan ide dekorasi ulang tahun menjadi salah satu perusahaan baru di bisnis usaha dekorasi ulang tahun. Salah satu perusahaan yang merasakan adanya persaingan ketat adalah Jorrines Design & Decor. Jorrines Design & Decor merupakan perusahaan jasa yang berfokus pada konsumennya dalam menjalankan usahanya. Dalam menjalankan usaha Jorrines Design & Decor sendiri tidaklah mudah untuk terus meningkatkan jumlah konsumen, karena Jorrines Design & Decor mencoba melakukan berbagai perencanaan strategi pemasaran seperti penetapan harga dan memahami perilaku konsumen. Hal ini sangat penting dilakukan, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan dapat memenangkan persaingan pasar.

Minat beli yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli dapat mengukur kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk, semakin tinggi minat beli konsumen maka semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil observasi di Jorrines Design & Decor, peneliti melihat adanya permasalahan minat beli yang dapat dilihat dari data profit (keuntungan) dari tahun 2015 - 2019. Pendapatan Jorrines Design & Decoration mengalami peningkatan di 1 tahun awalnya pada masa perintisan, tetapi mengalami penurunan di tahun terakhir. Hal ini diduga karena desain-desain ulang tahun Jorrines Design & Decor dianggap kurang memperhatikan keinginan konsumen sehingga tidak menarik perhatian konsumen. Adanya peningkatan sebanyak Rp 36.146.700 pada tahun 2016 atau setara dengan 180,56%, akan tetapi terjadi penurunan sebanyak Rp 3.232.800 pada tahun 2017 atau setara dengan -5,76%, kemudian terjadi penurunan lagi sebanyak Rp 9.939.680 pada tahun 2018 atau setara dengan -18,78% dan terjadi lagi penurunan sebanyak Rp 10.347.520 pada tahun 2019 atau setara dengan -24,07% yang dikarenakan harga yang ditetapkan Jorrines Design & Decor masih dianggap mahal dan kurangnya memperhatikan perilaku konsumen itu sendiri.

Harga menjadi faktor yang memiliki pengaruh secara nyata dan kuat pada minat konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa rendahnya minat beli yang disebabkan oleh harga jasa dekorasi ulang tahun yang ditetapkan Jorrines Design & Decor masih dianggap lebih mahal sehingga sebagian besar konsumen tidak dapat membeli jasa untuk dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor dan harga jasa dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor yang ditawarkan masih belum sesuai dengan kualitas dekorasi ulang tahun yang diinginkan atau diharapkan konsumen.

---

---

Untuk menarik minat beli konsumen, perusahaan harus memahami perilaku konsumen. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen agar dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa sesuai dengan yang mereka harapkan. Berdasarkan hasil observasi di Jorrines Design & Decor, peneliti melihat adanya permasalahan perilaku konsumen yang dapat diketahui juga rendahnya minat beli yang disebabkan oleh perilaku konsumen yaitu setelah mengevaluasi berbagai pilihan jasa dekorasi ulang tahun di Jorrines Design & Decor dengan perusahaan lainnya yang sejenis maka konsumen masih belum percaya menggunakan jasa dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor sebagai pilihan pertama dan konsumen tidak memilih dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor dikarenakan konsep yang ditawarkan tidak sesuai dengan gaya hidup konsumen.

## **KAJIAN LITERATUR**

### Minat Beli

Menurut Priansa (2017:164), Minat Beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu indikator minat pembelian konsumen yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut 1) Perhatian (Attention), 2) Tertarik (Interest), 3) Hasrat (Desire) dan 4) Tindakan (Action).

### Harga

Menurut Tjiptono (2015:289), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. berbagai pertimbangan yang dapat dijadikan indikator Harga yaitu 1) Kemampuan daya para pelanggan untuk membeli (daya beli), 2) Kemauan atau kesediaan pelanggan untuk membeli, 3) Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan, 4) Manfaat yang diberikan produk bersangkutan kepada pelanggan, 5) Perilaku konsumen secara umum.

### Perilaku Konsumen

Menurut Nitisusastro (2017:114), Perilaku Konsumen adalah seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen pada saat akan memutuskan untuk membeli produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Indikator yang mencerminkan Perilaku Konsumen adalah 1) kepribadian, 2) Pembelajaran, 3) Persepsi, 4) Motivasi, 5) Sikap.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

---

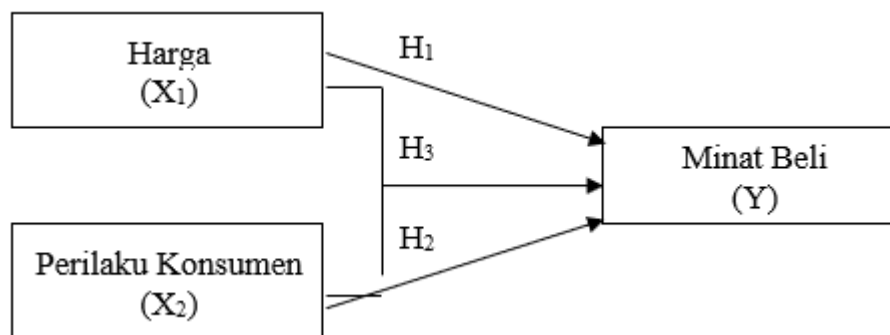
---

H1 : Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor.

H2 : Diduga Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor.

H3 : Diduga Harga dan Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor.

Kerangka pemikiran penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara masing-masing variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## **METODE**

Jenis data yang dilakukan oleh penulis berbentuk data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka) yang berbentuk data rasio. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang membeli jasa dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor selama tahun 2018 sebanyak 115 orang. Karena jumlah populasi pada penelitian ini lebih dari 100 responden maka digunakan rumus Slovin, sehingga jumlah sampel penelitian yang digunakan adalah sebesar 90 orang yang membeli jasa dekorasi ulang tahun Jorrines Design & Decor dengan teknik Sampling Insidental.

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari 3 macam yaitu Observasi, Kuesioner (Angket) dan Dokumentasi. Pada penelitian ini analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Keterangan :

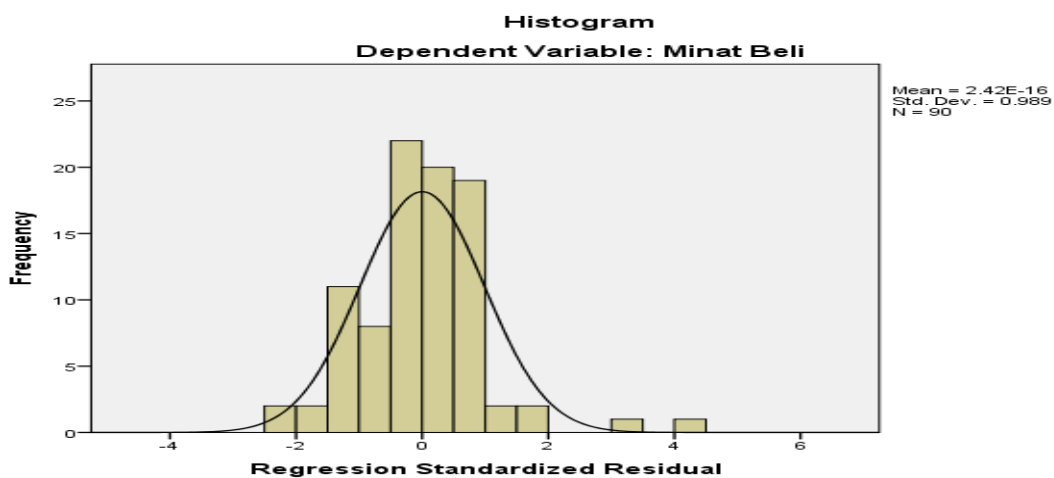
Y = Minat Beli

a = konstanta

- 
- b1, b2 = koefisien variabel
  - X1 = Harga
  - X2 = Perilaku Konsumen
  - e = Standart error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan per bulan dan usia. Penelitian ini dilakukan pada Jorrines Design & Décor dengan mengambil sampel sebanyak 90 responden dengan dominan responden adalah berjenis kelamin pria, memiliki pekerjaan lainnya seperti ibu rumah tangga, anak-anak dan sebagainya, memiliki penghasilan per bulan > Rp. 9 juta dan berusia < 20 tahun. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi normalitas, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.



**Gambar 2. Hasil Normalitas**

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa hasil grafik histogram menunjukkan bahwa pola data yang digunakan pada penelitian ini sudah mengikuti garis kurva berbentuk lonceng sehingga data telah berdistribusi dengan normal. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 1. Hasil Regresi

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.121	1.144		1.855	.067	
1 Harga	-.255	.128	-.273	-1.995	.049	
Perilaku Konsumen	.937	.119	1.073	7.851	.000	

a. Dependent Variable: Minat Beli

$$\text{Minat Beli} = 2,121 - 0,255 \text{ Harga} + 0,937 \text{ Perilaku Konsumen} \quad (1)$$

Penjelasan dari persamaan regresi berganda tersebut adalah apabila tidak ada nilai variabel independen yaitu Harga dan Perilaku Konsumen, maka Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar 2,121. Setiap peningkatan Harga sebesar 1 satuan, maka perubahan Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami penurunan sebesar 0,255 satuan. Setiap peningkatan Perilaku Konsumen sebesar 1 satuan, maka perubahan Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,937 satuan.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian Hasil penelitian diperoleh analisis regresi linier berganda yaitu apabila tidak ada nilai variabel independen yaitu Harga dan Perilaku Konsumen, maka Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar nilai konstanta. Setiap peningkatan Harga sebesar satu satuan, maka perubahan Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami penurunan sebesar b1. Setiap peningkatan Perilaku Konsumen sebesar satu satuan, maka perubahan Minat Beli yang dilihat dari nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar b2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. Harga dan Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Jorrines Design & Decor. R Square yang menjelaskan bahwa variabel Minat Beli dapat

---

dijelaskan variabel Harga dan Perilaku Konsumen dan sisanya dari variabel Minat Beli dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Kualitas Layanan dan Produk.

## **REFERENSI**

- Herdioko, Jonathan. 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, Desember 2017. ISSN: 1907-7343.
- Joel, Greg. 2014. "Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado". Jurnal EMBA. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1463-1472. ISSN 2303-1174.
- Laela, Tanti Dwi Fitra. 2015. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya". Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 2 Nomor 2 Oktober 2015. ISSN : 2355-6099.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2017. Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, Ruri Putri dan Hendra Saputra. 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan". Jurnal Niagawan. Vol 6 No 2 Oktober 2017. ISSN : 2579-8014.
- Wijaya, Retno dan Sandi Eka Suprajang. 2015. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Pembentukan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki (Studi Kasus di Dealer Tatarunggul Santosa Lodoyo Kecamatan Sutojayan)". Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK).Vol. 2, No. 2 (2015). ISSN: 2407-2680.