

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN : KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN HARGA (Literature Review)

Muhammad Syahrul Nizam¹, Muhammad Fakhri Lison², Mandataris³
muhammad.syahrul2446@student.unri.ac.id¹, muhammad.fakhri239@student.unri.ac.id²,
mandataris@lecturer.unri.ac.id³
Universitas Riau

ABSTRAK

Minat beli merupakan ketertarikan suatu individu atau kelompok terhadap produk atau jasa tertentu yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian, minat pembelian sangat penting untuk mengetahui apa yang memotivasi pelanggan dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan Untuk Menganalisis studi literature pengaruh kualitas produk, Brand image, dan harga terhadap minat pembelian pelanggan. Menggunakan metode studi pustaka. Penelitian ini menyelidiki penulisan artikel melalui pendekatan studi literatur, yang melibatkan meninjau artikel atau jurnal penelitian sebelumnya. Metodologi penelitian dengan menggunakan literatur review dari beberapa artikel baik nasional maupun internasional yang diambil dari google scholar dan science direct. Berdasarkan rumusan penelitian, hasil dan pembahasan yang dikaji dan dibahas pada artikel ini, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, brand image, dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas dan Brand Image.

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi dan globalisasi saat ini menciptakan persaingan yang kompetitif bagi pelaku usaha, penting bagi pelaku usaha untuk bisa menerapkan strategi yang tepat untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian pelanggan menjadi krusial bagi kesuksesan perusahaan.

Minat pembelian adalah keinginan atau ketertarikan seseorang terhadap produk atau jasa tertentu yang memotivasi mereka untuk melakukan pembelian. Dengan Mengetahui apa yang mempengaruhi minat pembelian konsumen pelaku usaha dapat menerapkan strategi yang tepat untuk dapat memaksimalkan penjualan mereka. Maka dari itu, pentingnya untuk mengetahui apa yang mempengaruhi minat pembelian pelanggan, Dengan begitu penulis meneliti aspek yang perlu dipertimbangkan yang mempengaruhi minat pembelian pelanggan yaitu kualitas produk, harga dan brand image.

Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk bisa memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari keinginan suatu pelanggan. Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan, Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha adalah dengan cara meningkatkan kualitas produknya, dengan menjual produk yang memiliki kualitas tinggi dapat menjadi pembeda yang signifikan antara kompetitor, hal ini memungkinkan pelanggan untuk mempercayai bahwa produk yang berkualitas tinggi menawarkan nilai tambah yang mereka harapkan.

Brand Image juga menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha, brand image adalah citra merek/gambaran yang terdapat di konsumen ketika melakukan interaksi dengan brand. Dari pernyataan tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa brand image adalah hal yang penting bagi pelaku usaha, pelaku usaha dapat memilih citra apa yang akan disampaikan kepada calon konsumen, ini juga menjadi penentu dalam strategi positioning yang akan dilakukan oleh pelaku usaha nantinya serta menjadi pembeda dengan kompetitor yang sudah ada. Tentunya ini bisa menjadi faktor

yang dapat mempengaruhi minat pembelian pelanggan.

Harga juga merupakan hal yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha dalam menarik minat pelanggan, harga merupakan nilai dari suatu produk/jasa yang ditawarkan. Harga juga merupakan hal yang mudah untuk di ganti sesuai kebutuhan dari pelaku usaha, pelaku usaha dapat melakukan strategi promosi dan diskon yang dapat menarik perhatian pelanggan. Penentuan harga dari produk/jasa juga perlu dilakukan dengan cermat, penetapan harga mesti selaras dengan kualitas produk dan brand image untuk bisa menarik minat konsumen. Berdasarkan dan permasalahan yang ada diatas penelitian melakukan beberapa kajian dari beberapa jurnal serta artikel dan menelusuri beberapa artikel untuk mengetahui pengaruh minat pembelian terhadap kualitas produk, brand image dan harga dengan mempergunakan google scholar, science direct kata kunci yang digunakan dalam pencarian tersebut adalah Kualitas produk, Brand Image dan Harga.

METODE

Penelitian ini ditulis menggunakan metode studi pustaka. Penelitian ini menyelidiki penulisan artikel melalui pendekatan studi literatur, yang melibatkan meninjau artikel atau jurnal penelitian sebelumnya. Setelah mengumpulkan sejumlah publikasi ilmiah, peneliti menganalisis dan mencapai kesimpulan yang sesuai dengan metodologi studi literatur. Peneliti telah menggunakan kata kunci berikut untuk mengumpulkan penelitian yang telah diterbitkan: minat pembelian, kualitas produk, Brand Image, dan harga. Sekitar 11 penelitian dari berbagai sumber telah dikumpulkan tentang variabel yang ingin diteliti. Artikel ilmiah yang digunakan telah dipublikasikan dari tahun 2010 hingga 2021. Pencarian artikel ilmiah yang telah dipublikasikan melalui situs google scholar dan Science Direct. Untuk dapat mengkaji artikel tersebut maka peneliti memahami dan menyimpulkan dari data yang terdapat dalam artikel yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kualitas produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi harapan dari pelanggan, hal tersebut seperti daya tahan, Keandalan, Kesesuaian, fitur dan lain-lain. Semakin baik kualitas produk maka semakin tertarik pula pelanggan untuk membeli produk tersebut. Dengan Kualitas Produk yang baik menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibelinya. Hubungan variabel ini sudah banyak diteliti oleh penelitian sebelumnya yaitu : (Budi Istiyanto, Lailatan Nugroho, 2017), (Muhammad Syaiful Anam, 2020), (Rio Setiawan, Surachman Surjaatmadja, 2021), (Riyono, Gigih Erlik Budiharja, 2018) dimana dijelaskan Variabel Kualitas Produk sangat berpengaruh dan signifikan

Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian

Selain dari kualitas produk, harga merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Keputusan Pelanggan. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Dengan penentuan harga yang murah atau mahal menjadi pertimbangan dalam pelanggan memilih suatu produk atau jasa. Hubungan variabel ini sudah banyak diteliti oleh penelitian sebelumnya yaitu : (Budi Istiyanto, Lailatan Nugroho, 2017), (Che-Hui Lien, Miin-Jye Wen, Li-Ching Huang, Kuo-Lung Wu, 2015), (Riyono, Gigih Erlik Budiharja, 2018), (Ferdianto Fure, Joyce Lapijan, Rita Taroreh, 2015) dimana dijelaskan Variabel Harga sangat berpengaruh

dan signifikan

Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Pembelian

Brand image atau citra merek adalah persepsi yang dimiliki konsumen tentang suatu merek. Ini mencakup asosiasi dan kesan yang terbentuk di benak konsumen terkait dengan kualitas, nilai, dan pengalaman yang ditawarkan oleh merek tersebut. Semakin baik citra merek di mata pelanggan maka semakin berpengaruh pula hal tersebut terhadap pertimbangan dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa. Hubungan variabel ini sudah banyak diteliti oleh penelitian sebelumnya yaitu : (Paul C.S Wu, Gary-Yeong Yuh Yeh, Chieh-Ru Hsiae,2010)(Siti Ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani ,2019)(Rio Setiawan, Surachman Surjaatmadja,2021)(Che-Hui Lien, Miin-Jye Wen, Li-Ching Huang, Kuo-Lung Wu,2015) dimana dijelaskan Variabel Harga sangat berpengaruh dan signifikan

Conceptual Framework

Berdasarkan penjelasan masalah, teori penelitian saat ini yang meyakinkan, dan analisis hubungan antar variabel, artikel ini harus dibaca sebagaimana adanya di bagian selanjutnya.

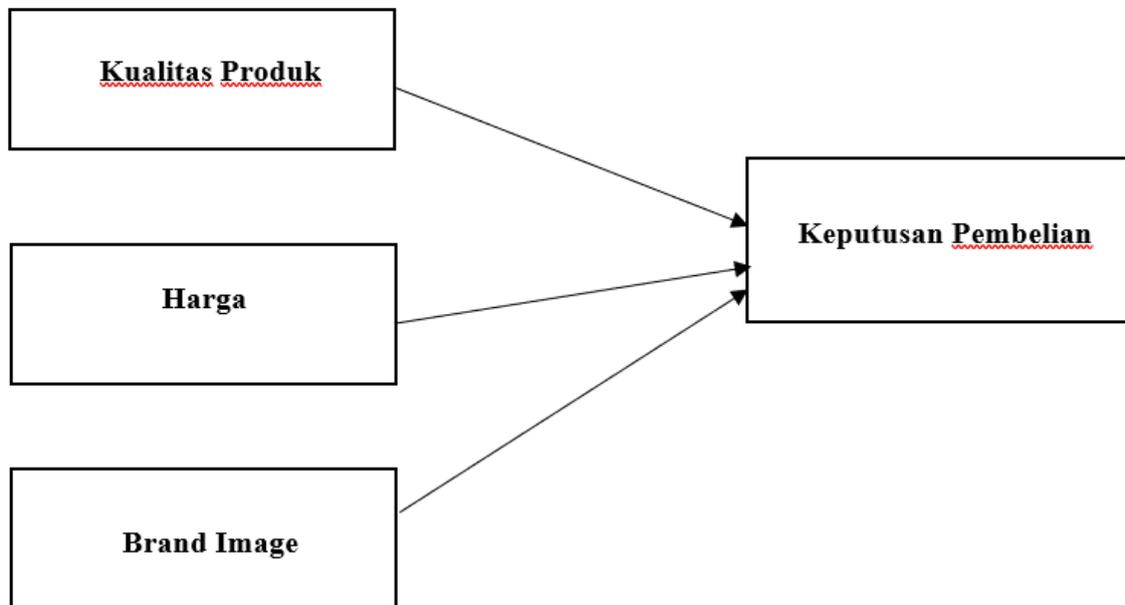


Figure 1: Conceptual Framework

Berdasarkan gambar conceptual framework di atas, maka: Kualitas Produk (X1), dan Brand Image (X2), Harga (X3), berpengaruh terhadap Minat Pembelian (Y1). Selain berdasarkan tiga variabel exogen ini yang memengaruhi Minat Pembelian (Y1), masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya antara lain merupakan :

- a) Daya tarik: (Aditiya Halim Perdana Kusuma Putra, Ahmad Ridha, Ajmal As'Ad 2018)
- b) Marketing mix: (M. Ardhya Bisma, Adhitia Sovia Pramudita,2019)
- c) Keahlian endorser: (Aditiya Halim Perdana Kusuma Putra, Ahmad Ridha, Ajmal As'Ad,2018)

KESIMPULAN

Publikasi dan argumen yang relevan dapat ditinjau berdasarkan teori, dan proposal untuk penelitian tambahan dapat dibentuk:

1. Harga berpengaruh terhadap Minat Pembelian.
2. Kualitas berpengaruh terhadap Minat Pembelian.

3. Brand Image berpengaruh terhadap Minat Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Muhammad, Syaifrud., Nadhila, Dian, Luthiva., Anindita, Tara, Ayu., Rosia, Rina., (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 4 No 1.
- Bisma, M, Ardyana., Pramudita, Aditiya, Sovia., (2019). Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung
- Fatmalawati, Desi, Sari., Andriana, Ana, Noor., (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology And Innovation.
- Fure, Ferdianto., Lopian, Joyce., Tarore, Rita., (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J.Co Manado.
- Hidayah, Siti, Ainul., Aprilisani, R.A.E.P., (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering* Vol. 1, No. 1.
- Istiyanto, Budi., Nugroho, Lailatan. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta).
- Lien, Che-Hui., Wen, Miin-Jye., Huang, Li-Ching., Wu, Kuo-Lung., (2015). Online Hotel Booking: The Effects Of Brand Image, Price, Trust And Value On Purchase Intentions. *Asian Pacific Management Review*, Volume 20, Issue 4.
- Putra, Aditiya., Ridha, Ahmad., As'Ad, Ajmal., (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen.
- Riyono., Budirahaja, Gigih, Erlik., (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *JURNAL STIE SEMARANG*, VOL 8, NO 2.
- Setiawan, Rio., Surjaadmatja, Surachman., (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda "Scoopy" Di Kota Tangerang. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* Volume 2.
- Wu, Paul, C.S., Yeh, Gary-Yeong, Yuh., Hsiae, Chieh-Ru., (2010). The Effect Of Store Image And Service Quality On Brand Image And Purchase Intention For Private Label. *Australian Marketing Journal*, Volume 19, Issue 1.