

# **PENGARUH HARGA, DESAIN, DAN KUALITAS BUKU TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI GRAMEDIA ROYAL PLAZA SURABAYA**

**Olyvia Santoso**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

## **ABSTRACT**

*A business in the world of marketing always provides intense competition, especially in the dealing with consumers so that consumers can be loyal to buy products or services at company. Therefore, companies must understand what is the sense of interest in consumers. The purpose of this study is determine the effect of price, design, and book quality on consumer buying interest at gramedia royal plaza surabaya. This research uses quantitative methods with direct observations in the field, and uses 120 consumers according to the results of the survey roscoe theoretical formula in determining the number of samples. In this study, it was found that price and design did not have a partial influence on consumers buying interest, while the product quality has a influence on consumer buying interest at gramedia royal plaza surabaya partially.*

**Keywords : Influence, Price, Design, Product quality, Buying interest.**

## **ABSTRAK**

Suatu bisnis dalam dunia pemasaran selalu memberikan persaingan yang ketat, terutama dalam menghadapi konsumen agar konsumen dapat loyal untuk membeli produk atau jasa pada perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perusahaan harus memahami apa yang menjadi rasa minat terhadap konsumen. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari harga, desain dan kualitas buku terhadap minat pembelian konsumen di gramedia royal plaza surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengamatan secara langsung di lapangan, dan menggunakan 120 konsumen sesuai hasil dari rumus teori roscoe dalam menentukan jumlah sampel. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa harga dan desain tidak memiliki pengaruh terhadap minat pembelian konsumen secara parsial, sedangkan pada kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat pembelian konsumen di gramedia royal plaza surabaya secara parsial.

**Kata kunci : Pengaruh, Harga, Desain, Kualitas produk, Minat beli.**

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia pemasaran yang di inginkan oleh konsumen akan selalu menjadi prioritas bagi perusahaan sehingga perusahaan tersebut tidak akan kalah

dengan persaingan pasar. Pengaruh yang di bawakan dari perhatian ini adalah dapat membuat konsumen menjadi merasa tertarik dan minat untuk melakukan pembelian pada produk atau jasa pada perusahaan tersebut, perhatian ini bisa

ditujukan kepada harga, desain, dan kualitas dari produk atau jasa tersebut. Seperti pendapat dari Kinnear Taylor (Fitria, 2018) menyatakan bahwa minat beli adalah salah satu unsur dalam bersikap dan pilihan seorang konsumen untuk dapat menentukan pertimbangan pendapat sebelum membuat keputusan pembelian.

Pada pengamatan di lapangan Gramedia Royal Plaza Surabaya, menurut hasil penelitian lapangan di Gramedia Royal Plaza Surabaya dengan cara wawancara kepada beberapa konsumen sebagai sumber penelitian mengungkapkan bahwa minat pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat didukung oleh beberapa variabel seperti harga, desain dan kualitas dari buku tersebut meskipun ada yang berpendapat negatif dari salah satu variabel yang ditanyakan. Konsumen Gramedia Royal Plaza Surabaya dari beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka tidak keberatan dengan nilai harga dari buku yang dibelinya. Hal ini dipengaruhi karena konsumen tersebut ingin mengetahui, penasaran, dan ingin membaca buku yang menurut mereka terlihat menarik serta dari kualitas buku yang baik. Sedangkan pada desain menurut hasil penelitian dilapangan mengungkapkan bahwa rata-rata konsumen akan melihat buku dari desain cover yang menarik, cover yang menarik tersebut

sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa konsumen sebagai narasumber mengatakan bahwa desain cover yang menarik dapat menarik minat dan perhatian dari konsumen karena mereka merasa tertarik dengan bagusnya desain cover buku yang disajikan di Gramedia Royal Plaza Surabaya. Konsumen menunjukkan bahwa kualitas buku yang telah diberikan oleh Gramedia Royal Plaza Surabaya telah memenuhi standart sesuai keinginan konsumen dengan standart buku yang di jual terlihat bersih dan rapi dan tanpa kekurangan sama sekali dari sisi kualitas. Beberapa konsumen menyatakan bahwa mereka minat untuk membeli pembelian di Gramedia Royal Plaza Surabaya sesuai dengan harga, desain dan kualitas buku yang ditawarkan, menurut para konsumen yang telah di wawancara, mereka mengatakan bahwa harga, desain dan kualitas buku disana terkesan dengan penilaian baik dari konsumen dan akan merekomendasikan Gramedia Royal Plaza Surabaya sebagai saran tempat yang bagus untuk membeli buku yang bagus dan bermutu.

Melalui wawancara yang dilakukan sebelumnya, hal ini membawa ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian pada topik ini, dan ingin mengetahui bahkan mengerti lebih dalam tentang hasil penelitian, oleh sebab itu ditetapkan untuk

menyelidiki tentang “Pengaruh Harga, Desain, dan Kualitas Buku Terhadap Minat Pembelian Konsumen Di Gramedia Royal Plaza Surabaya”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga, desain dan kualitas buku dapat mempengaruhi minat pembelian dari konsumen di gramedia royal plaza surabaya ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di gramedia royal plaza surabaya ?
3. Apakah desain berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di gramedia royal plaza surabaya ?
4. Apakah kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di gramedia royal plaza surabaya ?

## **B. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, desain, dan kualitas buku terhadap minat beli konsumen di gramedia royal plaza surabaya.

### **2. Manfaat Penelitian**

Untuk menambah pemahaman bagi peneliti serta manajemen perusahaan agar dapat meningkatkan upaya penjualan pada gramedia royal plaza surabaya.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Landasan Teori**

### **1. Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Amstrong ( dalam Priansa, 2017:4 ) menerangkan bahwa manajemen pemasaran adalah usaha yang di lakukan untuk mencapai target menguntungkan yang di inginkan oleh perusahaan dalam pertukaran dan menyusun aliansi kepercayaan kepada pelanggan. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong ( 2018:34 ) mengatakan bahwa “kami mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai sebuah karya dan pengetahuan menentukan target dan menyusun aliansi yang memuaskan bagi kedua pihak. Mudahnya menempatkan, manajemen pemasaran adalah tindakan mengatur kebutuhan konsumen dan permintaan pelanggan”.

### **2. Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto ( 2018:3 ) harga merupakan suatu pengeluaran dari barang atau pelayanan bantuan yang harus dibayarkan oleh konsumen menggunakan suatu nilai mata uang tertentu untuk dapat memiliki dan memanfaatkan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa ( 2017:209 ) menerangkan bahwa harga merupakan suatu hal ketat yang memberikan nilai kualitas terhadap produk ataupun jasa tersebut.

### 3. Desain

Menurut Po. Abas Sunarya ( 2018:77 ) dalam Jurnal cerita vol.4 no.1 menyebutkan bahwa desain merupakan alat komunikasi luas yang menggunakan visual sebagai penyampaian pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller ( 2020 ) mengatakan bahwa desain produk merupakan salah satu aspek ciri khas produk yang dapat mempengaruhi tatanan keberadaan produk tersebut yang menarik kehati konsumen.

### 4. Kualitas Produk

Menurut Shiffman dan Kanuk ( 2019 ) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu identitas produk dari perusahaan tersebut yang dengan tujuan pelanggan bisa minat pada barang itu. Sedangkan menurut Kotler ( 2019 ) mengatakan bahwa segala kepuasan konsumen bersumber dari segala ciri produk tersebut yang bisa memberikan pengaruh kemampuan pelanggan baik nilai tersirat atau tidak tersirat.

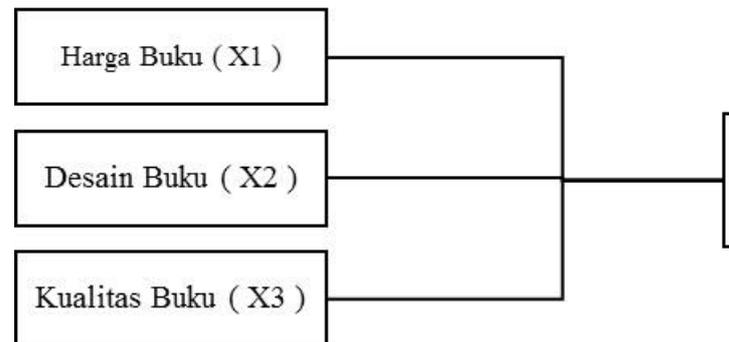
### 5. Minat Beli

Menurut Fitriah ( 2018:78 ) memberikan pengertian bahwa minat beli adalah suatu respon kuat otak yang merekam dan menciptakan keinginan kepada konsumen untuk membeli atau berencana untuk memiliki produk tersebut. Sedangkan menurut Febriani dan Dewi (

2018:86 ) mengatakan bahwa minat beli adalah suatu rangsangan otak secara psikologis yang memberikan motivasi untuk memiliki produk yang membuat konsumen tertarik dan ingin memilikinya.

### B. Kerangka Teoritis

Kerangka berfikir menurut Sugiyono ( 2017:60 ) yaitu bahwa kerangka berfikir adalah sebuah visual gambar yang menghubungkan berbagai variabel teori dari masalah yang telah di identifikasikan sebelumnya. Berdasarkan pernyataan yang telah disampaikan, maka bisa digambarkan kerangka teori yaitu :



**Tabel 1.1**  
**Kerangka Teoritis**

### C. Hipotesis

Menurut Sugiyono ( 2018:63 ) mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan jawaban yang bersifat tidak permanen karena berupa dugaan sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Ha.1 : Harga produk berpengaruh kepada minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

H0.1 : Harga produk tidak mempengaruhi minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

Ha.2 : Desain produk berpengaruh kepada minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

H0.2 : Desain produk tidak mempengaruhi minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

Ha.3 : Kualitas produk berpengaruh kepada minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

H0.3 : Kualitas tidak mempengaruhi minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

Ha.4 : Harga, Desain dan Kualitas berpengaruh kepada minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

H0.4 : Harga, Desain dan Kualitas tidak mempengaruhi minat pembelian konsumen kepada konsumen yang ingin membeli buku.

kejadian real di lapangan baik itu dalam lembaga, lingkungan ataupun masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui jawaban dari hipotesis yang sedang diteliti yang dapat menunjukkan apakah harga, desain dan kualitas buku memiliki pengaruh terhadap minat beli dari konsumen pada gramedia royal plaza surabaya. Metode yang di gunakan adalah menggunakan metode kuantitatif dengan tambahan dukungan informasi secara primer maupun sekunder yang di dapat melalui wawancara, observasi dan melalui kuisisioner. Populasi yang di gunakan tidak terhingga dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus teori roscoe yang menghasilkan jumlah 120 narasumber dari hasil minimal 30 konsumen narasumber. Penentuan hasil dari penelitian ini menggunakan uji variabel, uji validitas, uji reabilitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, regresi linear berganda, uji f dan uji t yang perhitungannya menggunakan spss sebagai bantuan.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe field research. Penelitian secara lapangan ini dimaksudkan untuk dapat mengetahui informasi dari data yang diteliti secara tepat dan akurat sesuai dengan

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,496	1,012		4,442	,000
	harga	,112	,070	,128	1,601	,112
	desain	,168	,104	,149	1,614	,109
	kualitas	,351	,059	,531	5,989	,000

a. Dependent Variable: minat beli

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pembahasan

**Tabel 1.2**  
**Hasil hipotesis uji t ( parsial )**

Pada tabel di 1.2 hasil uji t yang telah di hitung pada program spss dengan nilai t-tabel nya 1,661 di dapatkan hasil yaitu pada variabel harga yaitu t-hitung < t-tabel ( 1,601 < 1,661 ) yang menyatakan bahwa variabel harga ( X1 ) tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen ( Y ), pada variabel desain didapatkan hasil yaitu t-hitung < t-tabel ( 1,614 < 1,661 ) yang menyatakan bahwa variabel desain ( X2 ) tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen ( Y ), sedangkan pada kualitas produk didapatkan hasil t-hitung > t-tabel ( 5,989 < 1,661 ) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk ( X3 ) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen ( Y ).

**Tabel 1.3**  
**Hasil hipotesis uji f ( simultan )**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216,280	3	72,093	41,336	,000 <sup>b</sup>
	Residual	202,311	116	1,744		
	Total	418,592	119			

a. Dependent Variable: minat beli

b. Predictors: (Constant), kualitas, harga, desain

Pada tabel 1.3 untuk hasil uji f yang di hitung melalui program spss dengan nilai f-tabel nya adalah 2,68, maka didapatkan hasil f-hitung > f-tabel ( 41,336 > 2,68 ) menyatakan bahwa harga, desain, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat pembelian konsumen di gramedia royal plaza surabaya secara simultan.

### B. Kesimpulan

Pada penelitian ini, kesimpulan yang dapat di capai adalah sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang signifikan kepada variabel harga, desain dan kualitas produk secara simultan terhadap minat pembelian konsumen di gramedia royal plaza surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen harus mempertimbangkan kembali unsur variabel tersebut sebelum membeli buku agar tidak terjadinya penyesalan setelah pembelian.
2. Tidak adanya pengaruh yang signifikan kepada variabel harga terhadap minat beli konsumen di gramedia royal plaza surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak selalu menjadi patokan seseorang membeli buku, namun karena isi serta manfaat yang di dapatkan oleh konsumen tersebut setelah membeli buku.

3. Tidak adanya pengaruh yang signifikan kepada variabel desain terhadap minat pembelian konsumen di gamedia royal plaza surabaya. Hal ini ditunjukkan melalui konsumen yang tidak selalu karena desain sampul dari buku tersebut yang bagus, melainkan di kerenakan adanya unsur lain seperti ilmu yang di dapatkan pada buku tersebut.
4. Adanya pengaruh yang signifikan kepada variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen di gamedia royal plaza surabaya. Hal ini dikarenakan pada kualitas buku yang baik dan tahan lama pada buku akan memudahkan konsumen dalam menyimpan buku tersebut dan buku tersebut tidak akan cepat rusak meskipun telah disimpan dalam waktu yang lama.

### C. Saran

Pada penelitian yang telah di lakukan sebelumnya, maka dapat di dapatkan saran sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen di gamedia royal plaza surabaya untuk tetap mempertahankan kan kualitas produk dengan stabil ataupun perusahaan dapat memberikan

peningkatan terhadap kualitas produk yang perusahaan tawarkan baik itu dari segi produk atau segi pelayanan.

2. Pada variabel desain terhadap minat beli konsumen di gamedia royal plaza surabaya untuk menata desain cover sesuai variasi.
3. Pada variabel harga terhadap minat beli konsumen di gamedia royal plaza surabaya untuk memberikan harga buku yang terjangkau sesuai dengan manfaat dari buku tersebut.

### DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Muhammad Zainul. ( 2019 ). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum Di Wilayah Surabaya Timur*. Skripsi thesis, STIE Mahardhika Surabaya.

Ahmad, *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*,

<https://www.gamedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/> ( diakses tanggal 01 April 2022 ).

Alfaqih, Ahmad Muzakki. Talkah, Abu. Arisyahidin. (2021). *Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Jersey Futsal Kisirosari Di Kota Kediri*.

Commodities: Jurnal of Economic and Business, Vol. 1, No. 3.

Ariella, Irfan Rizquallah, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap*

*Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*, Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 3, No. 2.

Azizah, Laeli Nur, *Pendiri Gramedia Dan Sejarah Kesuksesannya*, <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-gramedia/> ( diakses tanggal 16 Juni 2022 ).

Dosen Pendidikan, *Harga – Pengertian, Penetapan, Faktor, Metode dan Jenis*, <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-harga/> ( diakses tanggal 06 Mei 2022 )

Gie, *Apa Itu Manajemen Pemasaran? Mari Ketahui Lebih Jauh Dan Lengkap*, <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-manajemen-pemasaran-mari-ketahui-lebih-jauh-dan-lengkap/> ( diakses tanggal 20 April 2022 ).

Gustanto, Yulian Dwi, 2020, *Perancangan Desain Informasi Dan Promosi Berupa Majalah Dan Brosur Untuk SMK Al-Ijtihad Tanggerang*, Universitas Raharja.

Herlambang, Rudy Tanjung. Lestari, Humannisa Rubina. and MM, Dr. Sri Hartono. 2020. *Analysis Price, Perception Of Quality, And Promotion With Intervening Brand Trust Toward Purchase Intention Honda Vario 150CC (Case Study At PT Wahana Makmur Sejati)*. International Journal of Innovative Science and Research Technology, Volume 5, Issue 8.

Kumbara, Vicky Brama, 2021, *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 2, Issue 5.

Maimun, Humairoh Binti Muhammad Husni. 2018. *Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan)*. Skripsi Thesis,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Mubarok, Kaihal. 2011. *Analisis Hukum Penjualan Buku Bersegel Dalam Perspektif Islam Studi Di Toko Buku Gramedia Royal Plaza Surabaya*. Undergraduate thesis, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Murdapa, Purnama Andri, 2019, *The Effect Of Price, Product Design, Product Quality And Brand Image On Purchase Decisions*. Yogyakarta.

Parakkasi, H. Idris. dan Kamiruddin. 2018, *Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. Laa Maysir*, Vol. 5, No. 1.

Qiscus, *Pengertian Desain Produk, Fungsi Dan Tujuan Pentingnya*, <https://www.qiscus.com/id/blog/pengertian-desain-produk/> ( diakses tanggal 03 April 2022 ).

Riadi, Muchlisin, *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*, <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html> ( diakses tanggal 09 Mei 2022 ).

Riadi, Muchlisin, *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli*, <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html> ( diakses tanggal 09 Mei 2022 ).

Salmaa, *Hipotesis Penelitian: Pengertian, Jenis jenis, dan Contoh Lengkap*, <https://penerbitdeepublish.com/hipotesis-penelitian/> ( diakses tanggal 04 April 2022 ).

Sari, Prisca Dwi Ratna. Manggabarani, Alfatih S. dan Husniati, Renny, 2020, *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan*

*Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora)*, Prosiding Biema, Vol. 1, Hal:727-738.

Wang, Jiaming. Pham, Thuy Linh. Dang, Van Thac, 2020, *Environmental Consciousness And Organic Food Purchase Intention: A Moderated Meditation Model Of Perceived Food Quality And Price Sensivity*, International Journal Of Environmental Research And Public Health.

Wiyono, Nathalia Amelia. 2017. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Buku Novel Di Toko Buku Gramedia Yogyakarta*. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.