

# PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE IDOLA PADA KONSUMEN BORAHAEYO OFFICIAL BANJARMASIN

Rohima Rani<sup>1</sup>, Hj. Farida Yulianti<sup>2</sup>, Syahrani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19311299

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 112 107 6901

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 112 509 7401

Email : [rohimarani88@gmail.com](mailto:rohimarani88@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian merchandise idola pada konsumen Borahaeyo Official Banjarmasin. Pengaruh desain produk dan harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian merchandise idola. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu merupakan penelitian survey, yang dimana data didapatkan dari hasil pembagian kuesioner. Sampel yang dilakukan secara acak terhadap 100 responden konsumen Borahaeyo Official Banjarmasin dengan analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian koefisien linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 9,870 + 0,460(X1) + 0,082(X2)$  pengujian hipotesis pada uji t atau uji parsial yaitu (X1) terhadap (Y) didapatkan nilai (t hitung,  $3,726 > 1,985$  t tabel) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 > 0,05$ ) menunjukkan bahwa variabel desain produk (X1) berpengaruh secara Positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). (X2) terhadap (Y) didapatkan nilai (t hitung  $1,288 < 1,985$  t tabel) dengan tingkat signifikansi ( $0,201 > 0,05$ ) menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh secara Negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

**Kata kunci : Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian.**

---

## ABSTRACT

*This study aims to examine how big the influence of the product design and price have on consumers purchasing decisions of idol merchandise of Borahaeyo Official Banjarmasin. The influence of product design and price is an important factor in influencing purchasing decisions. This research is a quantitative and a survey in which the data is obtained from the results of the distribution of questionnaires. The sample has been took randomly of 100 respondents of Borahaeyo Official Banjarmasin using multiple linear regression data analysis. The results of the research of multiple linear coefficients obtained the equation  $Y = 9,870 + 0,460(X1) + 0,082(X2)$  the hypothesis test on the t test or partial test is (X1) to (Y) obtained a value (t count,  $3,726 > 1,985$  t tabel) with a significance level ( $0,000 > 0,05$ ) it shows that product variable (X1) significant positive effect on the purchasing decisions variable (Y). (X2) to (Y) obtained value (t count  $1.288 < 1,985$  t tabel) with a significance level ( $0,201 > 0,05$ ) shows that the price variable (X2) not significantly and has a negative effect on purchasing decisions*

**Keywords: Product Desain, Price, Purchasing Decision.**

## REFERENSI

- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3(2): 215-221.
- Daryanto, (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Jakpat. (2016). The Fandom for Idols – A Survey Report on Kpop Fans in Indonesia. <https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/>. 10 Desember 2022 (20:30).
- Katadata.(2022).PotretAktivitasdanBelanjaPenggemarHiburanKoreadiIndonesia. [https://cdn1.katadata.co.id/template/template\\_kic/files/KIC\\_Laporan%20Survei%20Aktivitas%20Pecinta%20Hiburan%20Korea%20Selatan.pdf](https://cdn1.katadata.co.id/template/template_kic/files/KIC_Laporan%20Survei%20Aktivitas%20Pecinta%20Hiburan%20Korea%20Selatan.pdf). 25 Desember 2022 (21:00)
- Kotler P, dan K. L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 15 th Edition. Pearson Education. Inc.
- Statista. 2020. Popularity of South Korean pop music (K-pop) in Indonesia in 2019. <https://www.statista.com/statistics/956017/south-korea-kpop-popularity-in-indonesia/>. 10 Desember 2022 (20:00).
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Setyo, P. E. (2017, Februari). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1, 755-764.
- Tjiptono, F. (2015). *Desain Produk: Konsep, Analisis dan Aplikasi*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. (2019). *Keputusan Pembelian*. Andi. Yogyakarta.

