

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Prabayar Telkomsel Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau

Widdiana Lina

Universitas Islam Riau

E-mail:

widdianalina22@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan harga terhadap minat beli konsumen kartu prabayar telkomsel di kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen Kampus Universitas Islam Riau di kota Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Pertanian sebanyak 94 responden. Metode penetapan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Data diolah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kesimpulannya ialah variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di mahasiswa pertanian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang cukup konsumtif di berbagai aspek. Dengan banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia, menjadikannya pasar yang cukup potensial bagi berbagai jenis produk. Salah satunya adalah bidang komunikasi. Setiap orang membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk berbagai kepentingan, seperti kepentingan bisnis maupun keluarga. Salah satu media komunikasi yang paling penting saat ini adalah telepon seluler atau yang sering disebut handphone. Hampir setiap orang memilikinya, bahkan 1 orang bisa mempunyai lebih dari 1 handphone roni afrianto Hutapea (2016). Telepon seluler adalah sebuah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel. Semakin bertambah nya penggunaan smartphone oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak dapat dijauhkan dengan penggunaan paket data internet atau yang biasa kita kenal dengan paket kuota. International network atau yang biasa disebut internet, pada zaman 4.0 ini menjadi sesuatu yang sangat berharga dan familiar di dunia ini.

Dengan internet, seseorang dapat dengan mudah mencari informasi, berkomunikasi jarak jauh dengan orang lain melalui situs jejaring sosial, berbisnis, bermain game dan melakukan banyak hal-hal lainnya Yuliansi (2021) Khususnya ketergantungan mahasiswa dalam mencari informasi baik berupa materi dan bahan ajar lainnya sebagai penunjang dalam perkuliahan, hal ini lebih efektif dari membeli buku dan referensi lainnya yang tergolong

mahal dibandingkan dengan penggunaan paket internet atau membeli kartu pada smartphone dalam mencari data lebih efektif dan efisien tanpa memakan waktu yang lama. Internet merupakan salah satu sumber informasi yang saat ini diperlukan oleh kalangan akademis dalam mencari sumber informasi kebutuhan akan pelayanan internet memiliki banyak pilihan, sehingga menciptakan persaingan yang sangat ketat. Kondisi ini menuntut kreatifitas masing –masing perusahaan untuk melakukan pembenahan dan kebijakan strategi yang tepat dalam menciptakan keunggulan bersaing. Salah satu strategi bersaing adalah dengan menciptakan Citra Merek (Roffah, 2018).

Menurut Biels dalam Xian, et al. (2018:2), Citra Merek terdiri dari tiga komponen yaitu Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk. Citra Perusahaan adalah asosiasi yang berkaitan dengan organisasi dengan atribut dari suatu perusahaan, semakin baik citra suatu perusahaan maka produk-produk dari perusahaan tersebut akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Citra Konsumen menunjuk kepada persepsi dari jenis seseorang yang menggunakan produk, Citra Konsumen dapat mencerminkan status sosial dan gaya hidup seseorang dalam membeli suatu produk.

Citra Produk adalah kesan atau keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, semakin baik citra dari suatu produk maka konsumen akan tertarik dan memiliki minat untuk membeli produk tersebut. Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan disebut dengan Minat Beli. Seseorang atau individu akan mengalami proses pemikiran terlebih dahulu yang membentuk suatu persepsi sebelum akhirnya akan timbul minat untuk membeli. Minat Beli akan menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak individu dan akan timbul keinginan yang sangat kuat sehingga ketika individu ingin memenuhi kebutuhannya akan melakukan pembelian produk berdasarkan apa yang ada didalam benaknya itu.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000:206), Minat Beli adalah bentuk pemikiran nyata rencana pembeli atau konsumen untuk membeli beberapa produk dalam jumlah tertentu berdasarkan pilihan beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu. Salah satu produk yang mengedepankan merek yaitu produk kartu seluler telkomsel yang di produksi oleh PT. Telekomunikasi seluler atau yang dikenal sebagai Telkomsel. roni afrianto Hutapea (2016) Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan pascabayarnya yang di luncurkan pada tanggal 26 mei 1995.

Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu SimPATI (prabayar), kartu As(prabayar), serta Kartu Hallo (pascabayar). Menurut Moulana (2020), Saat ini saham telkomsel dimiliki oleh Telkomsel (65%) dan perusahaan telekomunikasi Singapura SingTel (35%). Jaringan Telkomsel bekinternasional, jaringan tekomsel bekerja pada jaringan 900/1800MHz. Di pasar internasional, jaringan Telkomsel telah mencakup 288 jaringanroaming internasional di 155 negara pada akhir tahun 2007. Dikarenakan jaringan Telkomsel menjangkau hingga pelosok negeri, masyarakat Indonesia bias tetap berkomunikasi dan menjaga silaturrahi walau dimanapun berada. Apalagi bagi para pebisnis, hal ini sangat penting sekali karena mereka dapat mengembangkan bisnisnya ke banyak daerah dengan dukungan komunikasi jarak jauh dari operator selular yang mempunyai jaringan luas seperti Telkomsel.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Waktu *Economics, Accounting and Business Journal*, Vol. 2 No. 2, Hlm. 413-418, Mei 2022

penelitian yang digunakan melakukan penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu selama bulan Januari- Februari 2022. Lokasi tempat penulis melakukan penelitian yaitu kampus fakultas pertanian Universitas Islam Riau karena fakultas pertanian memiliki jumlah jurusan dan mahasiswa terbanyak. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas pertanian Universitas Islam Riau angkatan 2017-2020 yang berjumlah 1.587 orang dengan sampel 94 orang, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan, skala likert merupakan skala yang mengukur pernyataan setuju atau tidak setuju seseorang terhadap serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier menggunakan uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus Cronbach alpha (Aditya et. al, 2021). Sebelum melakukan proses pengolahan dan analisis data, pada penelitian ini perlu dilakukan uji asumsi model regresi yang digunakan untuk prediksi, terlebih dahulu harus memenuhi sejumlah asumsi yang biasa disebut dengan asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra Merek	94	16.00	30.00	25.9787	2.16014
Kualitas Produk	94	39.00	80.00	67.5319	6.22638
Harga	94	6.00	30.00	24.3830	3.84682
Minat Beli	94	18.00	40.00	31.2021	3.76338

Sumber: Data primer diolah, 2022

Di atas menunjukkan variabel citra merek yang diukur dengan 6 item pernyataan memiliki nilai minimum 16 dan maksimum 30 dengan rata-rata 25.9787 dan standar deviasi 2.16014. Nilai rata-rata 25.9787 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab “setuju” untuk item-item yang menyatakan citra merek. Hasil ini mengindikasikan bahwa citra merek pada kartu prabayar telkomsel di kota Pekanbaru masuk kategori baik. Dengan nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata mencerminkan data variabel citra merek berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keputusan
Citra Merek	CM1	0,612	0,203	Valid
	CM2	0,639	0,203	Valid
	CM3	0,683	0,203	Valid
	CM4	0,734	0,203	Valid
	CM5	0,686	0,203	Valid
	CM6	0,748	0,203	Valid
Kualitas Produk	KP1	0,470	0,203	Valid
	KP2	0,664	0,203	Valid

	KP3	0,500	0,203	Valid
	KP4	0,419	0,203	Valid
	KP5	0,715	0,203	Valid
	KP6	0,750	0,203	Valid
	KP7	0,779	0,203	Valid
	KP8	0,640	0,203	Valid
	KP9	0,632	0,203	Valid
	KP10	0,585	0,203	Valid
	KP11	0,816	0,203	Valid
	KP12	0,413	0,203	Valid
	KP13	0,741	0,203	Valid
	KP14	0,587	0,203	Valid
	KP15	0,720	0,203	Valid
	KP16	0,563	0,203	Valid
Harga	H1	0,839	0,203	Valid
	H2	0,841	0,203	Valid
	H3	0,833	0,203	Valid
	H4	0,837	0,203	Valid
	H5	0,814	0,203	Valid
	H6	0,853	0,203	Valid
Minat Beli	MB1	0,725	0,203	Valid
	MB2	0,744	0,203	Valid
	MB3	0,719	0,203	Valid
	MB4	0,770	0,203	Valid
	MB5	0,550	0,203	Valid
	MB6	0,783	0,203	Valid
	MB7	0,755	0,203	Valid
	MB8	0,772	0,203	Valid

Atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel valid. Validitas ini dapat diidentifikasi apabila nilai r hitung lebih besar dari rtabel maka data tersebut valid. Data di atas menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada rtabel, nilai rtabel yaitu degree of freedom (df) = $N-2 = 94-2 = 92$ dengan alpha 0,05 didapat rtabel 0.203. Dengan demikian item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keputusan
Citra Merek	0,770	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	0,898	0,6	Reliabel
Harga	0,912	0,6	Reliabel
Minat Beli	0,874	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Menunjukkan nilai cronbach alpha dari setiap variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa indikator dari setiap variabel tersebut reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu sehingga bisa digunakan pada penelitian selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 4 di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -4,059 + 0,376 X_1 + 0,291 X_2 + 0,239 X_3 + e$$

Arti persamaan regresi diatas adalah:

1. Nilai konstanta (a) sebesar -4,059. Artinya adalah apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka minat beli sebesar -4,059.
2. Diperoleh nilai koefisien regresi variabel citra merek sebesar 0,376. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan persepsi terhadap citra merek sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,376 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,291. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan persepsi terhadap kualitas produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,291 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Diperoleh nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,239. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan persepsi terhadap harga sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,239 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.059	2.764		-1.469	.145
	Citra Merek	.376	.130	.216	2.887	.005
	Kualitas Produk	.291	.062	.482	4.689	.000
	Harga	.239	.090	.244	2.654	.009

a. Dependent Variable: Minat Beli

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.853 ^a	.727	.718	1.99747	1.891

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: data diolah

Diatas diperoleh nilai R² sebesar 0,727 atau 72,7%. Artinya adalah bahwa sebesar 72,7% variabel minat beli dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan 27,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang bukan dari variabel citra merek, kualitas produk dan harga seperti, variabel promosi dan lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:
Economics, Accounting and Business Journal, Vol. 2 No. 2, Hlm. 413-418, Mei 2022

1. Citra merek mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada kota kartu prabayar telkomsel Pekanbaru. Hal ini berarti citra merek yang baik memiliki pengaruh besar terhadap minat beli konsumen. Semakin baik citra merek maka semakin besar minat beli konsumen.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen kota Pekanbaru. Hal ini berarti kualitas produk yang baik memiliki pengaruh besar terhadap minat beli konsumen. Semakin baik kualitas produk maka semakin besar minat beli konsumen.
3. Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada kartu prabayar telkomsel kota Pekanbaru. Hal ini berarti minat beli konsumen di Kota Pekanbaru dipengaruhi oleh faktor harga. Semakin murah dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka semakin besar minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya et. all. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen MCDonald's Lampung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1617–1634. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i12.491>
- Andriani, C. E. T. I. (2020). *Pengaruh Harga Paket Internet dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*.
- Astuti, K. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Pembiayaan Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. 1–206.
- Mega Silvia, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Paket Internet. *Skripsi - Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Megawati. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Operator Kartu Seluler Tri (3) Di Palembang*. 3(1), 78–91.
- Moulana, virhad nezio. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Telkomsel di Palembang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283.
- Nazarudin, H., & M.l.geto, H. (2021). *Peranan Citra Merek Produk Kartu Axis terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Kupang*. 23(1), 415–424.
- Roffah, H. (2018). Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Minat Beli Kartu Seluler Telkomsel. *New Scientist*, 165(2229), 57.
- Sari, S. novita. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga Kartu Paket data Internet Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- yuli astuti. (2018). *Pengaruh Merek, Negara Asal (Country Of Origin) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Produk Tv Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 148, 148–162.
- Yuliansi, A. (2021). *Pengaruh kualitas Produk, Citra merek, Kepercayaan Merek, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada lipstick Wardah Kota Padang (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan koto Tengah)*.