



PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT MEMBERLI

Arin Widyawati, Achyar Eldine, Leny Muniroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
Arinwati30@gmail.com, AchyarEldine@gmail.com, lenyMuniroh@gmail.com

Abstract

This study discusses how big the influence of brand image and product quality on buying interest in this research is using quantitative methods obtained from questionnaires and processed into correlation values, regression, determination test, data normality test, T test F test consisting of as many samples 90 respondents. Based on the results of research that has been done, getting the conclusion that R count = 0.792 there is a significant influence between each variable that shows there is a moderate and positive relationship between variable X1 (Brand Image), and variable X2 (Product Quality) variable Y (Interest in Buying) and F arithmetic Because F arithmetic = 73.442 > f table 3.10, Ho is rejected Ha accepted, meaning there is a significant influence between brand image and product quality on buying interest.

Keywords: Brand Image, Product Quality and Interest in Giving

Abstrak

Penelitian ini membahas seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat membeli pada Yoya Hijab penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diperoleh dari kuisioner dan diolah menjadi nilai korelasi, regresi, uji determias, uji normalitas data, uji T uji F yang terdiri dari sampel sebanyak 90 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, mendapatkan kesimpulan hasil bahwa R hitung = 0,792 ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing vaiabel yang Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang sedang dan positif antara variable X1 (Citra Merek), dan variable X2 (Kualitas Produk) variable Y (Minat Membeli) dan F hitung Karena F hitung = 73,429 > f tabel 3,10, Ho ditolak Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan kualitas produk terhadap minat membeli.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Pembeli

I. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim.

Walaupun muslim menjadi mayoritas, namun Indonesia bukan Negara yang berasaskan Islam. Sebagai wanita muslim

tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian adalah cara mengenakan hijab. Hijab merupakan sebuah mahkota bagi seorang muslimah. Hijab memang sudah lama masuk pada Negara Indonesia, dulunya hijab tidak menampilkan berbagai ragam jenis dan gaya busana dengan hijab. Hijab dulunya hanya sebagai penutup aurat bagi wanita muslim, dan sebagai pelengkap syarat dalam syariat islam untuk tidak memperlihatkan wanita yang mengenakan hijab pada dekade terakhir ini merupakan pemandangan umum yang menarik perhatian, fenomena ini muncul dengan seiring berkembangnya beragam jenis mode, bentuk dan jenis jilbab yang unik dan menarik. Produksi jilbab secara besar-besaran melahirkan banyak mode hijab sehingga muncullah nama dan istilah hijab berdasarkan modelnya tersebut.

Keunggulan dimiliki Yoya Hijab adalah dari sisi produknya. Dengan kualitas bahan yang tidak pasaran serta ragam motif unik, maka tak heran produk Yoya Hijab banyak diminati oleh pelanggan. Pelanggan Yoya Hijab puas dengan hasil produksi, karena bahan dan motif yang kami sajikan berbeda dan eksklusif dibandingkan dengan brand-brand hijab lain, termasuk brand hijab besar, kami akui, kami sanggup bersaing.

Yoya Hijab saat ini telah memproduksi ribuan hijab setiap harinya. Selain hijab, saat ini Yoya juga memproduksi pakaian wanita dengan nama Yoya Fashion. Ternyata respon dari pelanggan pun bagus, tak jarang banyak pelanggan langsung memborong produk ini. Ekspansi bisnis ini menandakan selama dua tahun berdiri, korporasi Yoya telah berkembang dengan sangat pesat.

II. Metode Penelitian

Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam lingkup yang ingin diteliti. Banyaknya anggota suatu populasi disebut sebagai ukuran populasi (Sugianto, 2017:134)

Sample adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu. Atas dasar informasi yang diperoleh dari sampel tersebut, penelitian dapat menarik suatu kesimpulan yang diberlakukan untuk populasinya (Sugianto, 2017:136)

Kerangka Pemikiran

Trend hijab juga terus berkembang menjadi bagian dari fashion hal ini terlihat dari banyaknya gerai yang khusus menjual hijab dan gampang ditemui. Hal ini menandakan banyaknya permintaan terhadap hijab. Kenyataannya semakin banyaknya wanita yang mengenakan hijab pada dekade terakhir ini merupakan pemandangan umum yang menarik perhatian, fenomena ini muncul dengan seiring berkembangnya beragam jenis mode, bentuk dan jenis jilbab yang unik dan menarik. Produksi jilbab secara besar-besaran melahirkan banyak mode hijab sehingga muncullah nama dan istilah hijab berdasarkan modelnya tersebut.

Hal ini berpengaruh dengan semakin banyak wanita muslim yang menggunakan hijab, sekarang beralih menjadi trend fashion untuk tampil modis dan trendy namun tetap dalam syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya gaya busana wanita berhijab yang semakin bervariasi dan model berhijabnya pun beragam. Fenomena ini memberikan peluang bisnis baru di Indonesia, diantaranya bisnis busana muslim dan hijab

yang saat ini semakin berkembang pesat sehingga muncul merek-Merek baru. PT YOYA Hijab, Yoya Hijab Pusat Grosir Hijab Pashmina dan Segi Empat serta menjual pakaian wanita yang fashionable, modern, dan beda dari yang lain. YOYA berasal dari nama Yoki & Yani, sang owner.

III. Hasil dan Pembahasan

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	338.858	2	169.429	73.429	.000 ^a
Residual	200.742	87	2.307		
Total	539.600	89			

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Formasi Hipotesis

Ho= Terdapat pengaruh Citra merek Terhadap Minat Membeli

Ha = Tidak terdapat berpengaruh Kuliatas Produk Terhadap Minat Membeli

Taraf nyata (a) dan Tabel f

Taraf nyata = 95%, nilai a = 5% atau 0,05
 Nilai F tabel : Df 1 = Pembilang = k-1 = 2
 Df 2 = Penyebut = n-k = 90-2-1= 87 F tabel = 3,10

Kriteria pengujian :Ho diterima Ha di tolak apabila f hitung < f tabel dan Ho ditolak Ha diterima apabila f hitung >f tabel

Nilai uji statistic : berdasarkan Perhitungan dengan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel 21, bahwa f hitung = 73.429

Kesimpulan : Karena F hitung = 73,429 > f tabel 3,10, Ho ditolak Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan kualitas produk terhadap minat membeli.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Variable citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli

maka hal ini dibuktikan bahwa uji hipotesisi diperoleh dengan nilai t-hitung = 9,288 > t-tabel 1,987. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli maka hail ini dibuktikan bahwa uji hipotesis diperoleh nilai t-hitung 12,119 > t-tabel 1,987. Variable citra merek dan kulita produk terhadap minat membeli memiliki pengaruh yang signifikan dinyatakan dengan hasil uji hipotesis dengan diperoleh nilai f-hitung 73,429 > f tabel = 3.10

Saran

Tingkatkan marketing digital untuk mengejar revolusi 4.0 dibidang bisnis Rekontruksi visi misi agar dapat dipahami oleh konsumen. Memberikan penjamin mutu standar tingkat internasional dibidang tekstil sesuai pedoman SNI ISO/IEC 17065:2012.

V. Daftar Pustaka

- Arif, A. Y. (2018, Mei 26). Pengertian Pemasaran, Faktor-Faktor, Tujuan, Dan Strategi. Diambil 10 Januari 2019, dari <https://rocketmanajemen.com/definisi-pemasaran/>
- Mokhammad, O. (2018, April 29). Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli Lengkap Beserta Penjelasannya. Diambil 12 Januari 2019, dari <https://www.haruspintar.com/fungsi-manajemen/>