



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Alyska Karmin

1802025386

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Alyska Karmin

1802025386

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul "PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT DI JABODETABEK" merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasi sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagai bahan pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulis Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap dari karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang Menyatakan,



(Alyska Karmin)



NIM. 1802025386

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH HARGA DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM NCT DI
JABODETABEK


NAMA : ALYSKA KARMIN
NIM : 1802025386
PRODI : MANAJEMEN
TAHUN AKADEMIK : 2022

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Drs. Bambang Sumaryatno, MM	
Pembimbing II	Deni Adha Akbari, SE., M.Si	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., MM.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT DI JABODETABEK

Yang disusun oleh :
Alyska Karmin
1802025386

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal : 28 Juli 2022

Tim Penguji :

Ketua, mewakili anggota :


(Dr. Sunarta, MM.)

Sekretaris, mewakili anggota :


(Dr. Adityo Ari Wibowo, MM.)

Anggota :



(Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA


(Dr. Adityo Ari Wibowo, MM.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA


(Dr. Zulpahmi, SE., M.Si.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alyska Karmin
NIM : 1802025386
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu dan pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non Exclusive Royalti Free-right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT DI JABODETABEK”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang menyatakan



(Alyska Karmin)

NIM 1802025386

ABSTRAK

Alyska Karmin (1802025386)

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT DI JABODETABEK

Skripsi. Program Sarjana Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta

Kata Kunci: Harga, Desain produk, Keputusan Pembelian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian album NCT di Jabodetabek. Populasi dalam penelitian ini adalah Nctzen di Jabodetabek. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, jumlah keseluruhan responden yang terkumpul sebanyak 170 responden. Data diolah dengan menggunakan aplikasi *Software Program Service Sollution* (SPSS) versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam uji parsial (uji t) dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dengan tingkat signifikan harga $0,000 < 0,05$. sedangkan variabel desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dengan tingkat signifikan desain produk $0,731 > 0,05$. Secara simultan dapat dinyatakan bahwa variabel harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} = 17,232$ dan $F_{tabel} = 3,05$. Angka 3,05 diperoleh dari F_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df) $n-k-1 = 167$. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel dan jumlah sampel yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan menguatkan hasil penelitian.

ABSTRACT

Alyska Karmin (1802025386)

THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF NCT ALBUM IN JABODETABEK

Thesis. Undergraduate Program in Management Studies Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta

Keywords: Price, Product Design, Purchase Decision

The purpose of this study was to determine how the effect of price and product design on the decision to purchase NCT albums in Jabodetabek. The population in this study is Netzen in Jabodetabek. The sample selection technique used is a saturated sample, the data collection technique uses a questionnaire, the number of respondents collected is 170 respondents. The data was processed using the Software Program Service Solution (SPSS) application version 25.0. The results of this study indicate that in the partial test (t test) it can be stated that partially the price variable has an effect on purchasing decisions, this can be proven by a significant level of price $0.000 < 0.05$. while the product design variable has no effect on purchasing decisions, this can be proven by the significant level of product design $0.731 > 0.05$. Simultaneously it can be stated that the price and product design variables on purchasing decisions have a positive and significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by the significant level of $0.000 < 0.05$ with $F_{count} = 17.232$ and $F_{table} = 3.05$. The number 3.05 is obtained from F_{table} with $\alpha = 0.05$ and degrees of freedom (df) $n-k-1 = 167$. Further research is expected to add variables and the number of samples that may influence purchasing decisions and strengthen the results of the study.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah di tentukan. Shalawat serta salam terlimpah curah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang mana telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga terang-benderang saat ini. Dan tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil, dan tak lupa pula kepada teman-teman yang ikut serta membantu dalam Skripsi ini, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM NCT DI JABODETABEK”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan. Dalam penyusunan laporan hasil kegiatan magang ini penulis banyak mendapatkan do'a dukungan dan bimbingan berbagai pihak, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaannya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
2. Bapak Dr. Zulpahmi., SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
3. Bapak Sumardi., SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).

4. Bapak M. Nurrasyidin., SE., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
5. Bapak Tohirin., S.H.I, M.Pd.i., selaku Wakil Dekan III dan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
6. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
7. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan juga arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Deni Adha Akbari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan juga arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA) yang telah mendidik, membina dan membimbing selama proses perkuliahan.
10. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis.
11. Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada adik saya yang telah membantu dalam bentuk doa dan selalu menghibur di saat semangat menurun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada sahabat-sahabat saya Nurani, Nizma, Ara, Annisa, Bintang, Asriyah yang selalu memberikan semangat,

membantu, menemani, dan memberikan dorongan dari awal sampai akhir penyusunan ini.

13. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada Mark, Renjun, Jenso, Haechan, Jaemin, Jisung, Chenle yang telah memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis melalui lagu-lagu mereka dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
14. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh teman seperjuangan Angkatan 2018 serta NCTzen yang telah membantu serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat saya yang telah memberi semangat serta motivasi sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Penulis sangat menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun Skripsi ini, dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca pada umumnya serta pihak-pihak yang membutuhkan. Terima kasih
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Jakarta, 28 Juli 2022



Alyska Karmin
NIM : 1802025386

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Telaah Pustaka	24
2.2.1 <i>Pengertian Harga</i>	24
2.2.2 <i>Desain Produk</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4 Rumusan Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31

3.2	Operasional Variabel.....	31
3.3	Populasi dan Sampel	32
	3.3.1 <i>Populasi</i>	32
	3.3.2 <i>Sampel</i>	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
	3.4.1 <i>Jenis Data</i>	33
	3.4.2 <i>Sumber Data</i>	33
	3.4.3 <i>Tempat dan waktu penelitian</i>	34
	3.4.4 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	34
3.5	Teknik Pengelohan dan Analisis.....	34
	3.5.1 <i>Teknik Pengolahan Data</i>	34
	3.5.2 <i>Analisis Deskriptif</i>	35
	3.5.3 <i>Uji Kualitas Data</i>	35
	3.5.4 <i>Regresi Linier Berganda</i>	36
	3.5.5 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	37
	3.5.6 <i>Uji Hipotesis</i>	38
	3.5.7 <i>Analisis koefisien Korelasi (R)</i>	39
	3.5.8 <i>Analisis Koefisien Determinasi atau Adjusted (R²)</i>	40
	BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Instansi	41
4.2	Pengolahan Data dan Pembahasan.....	42
	4.2.1 <i>Karakteristik Responden</i>	42
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	45
	4.3.1 <i>Persepsi NCTzen Terhadap Harga (X₁)</i>	45
	4.3.2 <i>Persepsi NCTzen terhadap Desain Produk (X₂)</i>	51
	4.3.3 <i>Persepsi NCTzen terhadap keputusan pembelian (Y)</i>	54
	4.3.4 <i>Uji Kualitas Data</i>	58
	4.3.5 <i>Model Regresi Linier Berganda</i>	60
	4.3.6 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	61
4.4	Hasil Uji Hipotesis	66
	4.4.1 <i>Uji Statistik T</i>	66

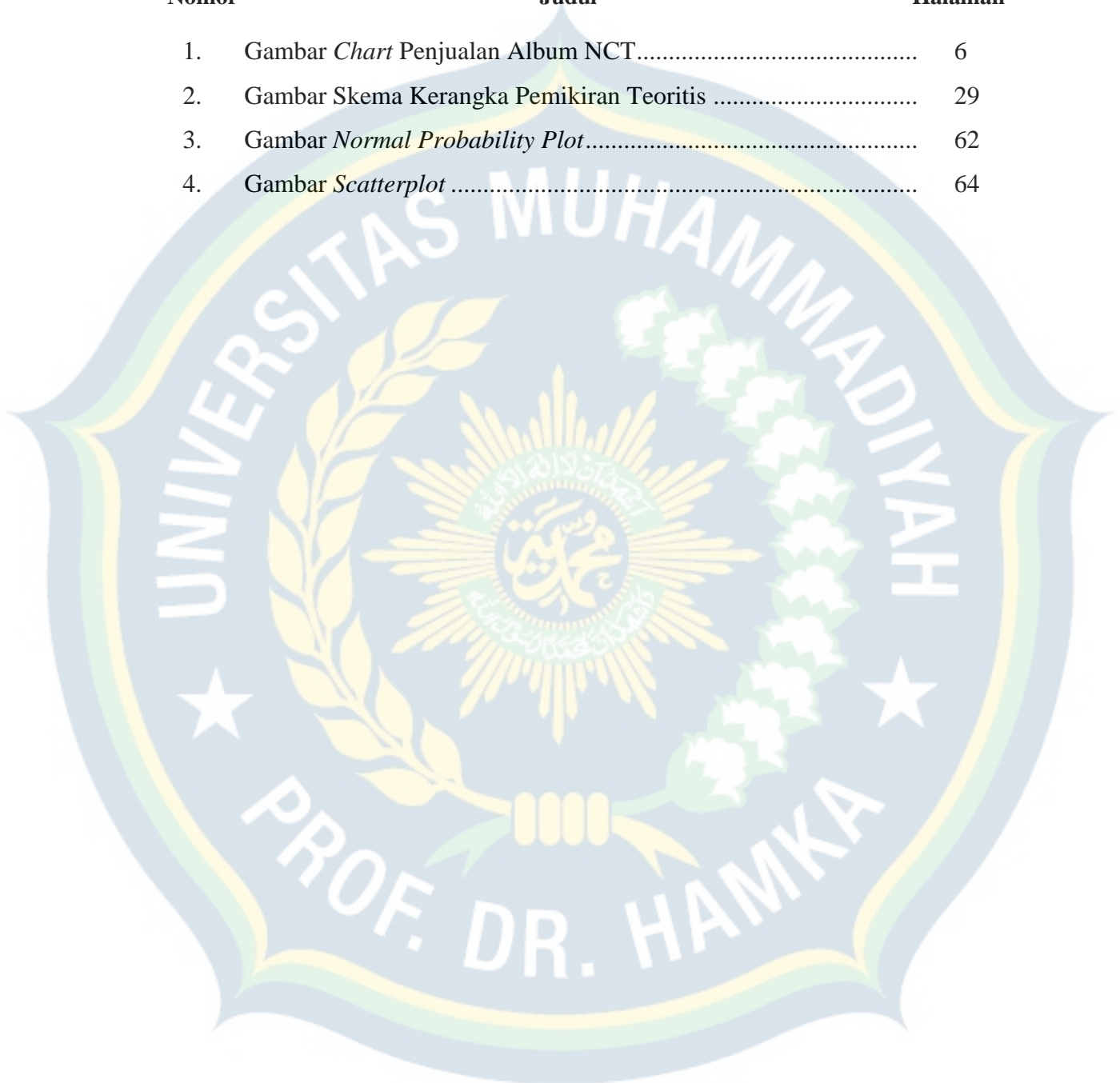
4.4.2 Uji Statistik F	67
4.5 Uji Koefisien Korelasi	67
4.5.1 Koefisien Korelasi Person	67
4.5.2 Koefisien Korelasi Berganda (R)	68
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.6 Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran – Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tabel Penelitian Terdahulu	16
2.	Tabel Operasional Variabel.....	32
3.	Sampel	33
4.	Teknik pengolahan data	35
5.	Tingkat Reliabilitas	36
6.	Tingkat Koefisien.....	40
7.	Usia	43
8.	Jenis kelamin	43
9.	Pekerjaan	44
10.	Penghasilan	44
11.	Domisili.....	45
12.	Berapa lama menjadi Nctzen	45
13.	Analisis Deskriptif	46
14.	Hasil Uji Validitas Harga	58
15.	Hasil Uji Validitas Desain Produk	58
16.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
17.	Hasil Uji Realibilitas	59
18.	Hasil Uji Model Regresi Linier Berganda	60
19.	Hasil Uji Normalitas	62
20.	Hasil Uji Multikolinieritas	63
21.	Hasil Uji Autokorelasi.....	65
22.	Hasil Uji Hipotesis	66
23.	Hasil Uji Koefisien Korelasi	67
24.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambar <i>Chart</i> Penjualan Album NCT.....	6
2.	Gambar Skema Kerangka Pemikiran Teoritis	29
3.	Gambar <i>Normal Probability Plot</i>	62
4.	Gambar <i>Scatterplot</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner penelitian	1/29
2.	Tabulasi Data responden	5/29
3.	Hasil <i>output SPSS Versi 25.00</i>	17/29
4.	Tabel t.....	22/29
5.	Tabel f	23/29
6.	Tabel Durbin Watson	24/29
7.	Formulir Perubahan Judul	25/29
8.	Surat Tugas.....	26/29
9.	Catatan Konsultasi Pembimbing I.....	27/29
10.	Catatan Konsultasi Pembimbing II	28/29
11.	Daftar Riwayat Hidup	29/29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, para pelaku usaha diharapkan mampu bersaing dengan pelaku usaha sejenis lainnya, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Namun, seringkali, satu-satunya hal yang dilakukan bisnis untuk meningkatkan status dan keuntungannya adalah dengan terlibat dalam kampanye pemasaran. Keberhasilan suatu kampanye pemasaran akan menentukan posisi pasar suatu perusahaan. Dengan demikian, bisnis tersebut dapat menjadi top leader di antara bisnis-bisnis lain yang melibatkan industri terkait dan mewakili keberhasilan bisnis tersebut.

Harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk barang dan jasa. Harga disesuaikan dengan kebutuhan dan daya beli masing-masing konsumen. Saat harga relatif rendah, konsumen akan mengulangi pembelian. Saat harga cenderung tinggi, konsumen akan beralih ke penawaran lain. Produsen menginginkan biaya yang kecil dan keuntungan yang besar, sedangkan konsumen menginginkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang wajar.

Harga adalah jumlah yang ditukarkan dengan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong 2017: 430). Definisi lain Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong 2018:151). Menurut Manap (2016:289) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut Habibah & Sumiati (dalam Melati dan Dwijayanti, 2020) Harga merupakan jumlah nilai

termasuk barang dan layanan yang ditawarkan guna pengganti benda. Harga merupakan bagian penting dari penjualan, konsumen dapat memilih harga terendah dan tertinggi sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan anggarannya.

Desain produk adalah fitur khas yang meningkatkan penampilan dan fungsionalitas setiap produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Persaingan semakin ketat dan desain menjadi salah satu alat ampuh yang paling penting untuk membedakan dan memposisikan produk dan layanan perusahaan Anda. Dalam proses pembuatan sebuah produk, desain produk tidak boleh dilewatkan. Pasalnya, jika tidak ada desain produk yang matang, produk yang dihasilkan perusahaan akan sia-sia karena tidak dapat digunakan oleh pengguna yang dituju.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 254) desain produk adalah konsep yang lebih besar dari gaya. Sedangkan Kotler dan Keller dalam Yuda Supriyatna (2020) berpendapat bahwa desain produk adalah kumpulan fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi suatu produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Keputusan pembelian dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari pembelian dan penjualan. Konsumen biasanya membuat keputusan pembelian mengenai produk sebelum melakukan pembelian, Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process.

Definisi keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (dalam Kwandy, 2017) merupakan pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan dalam keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (dalam Amilia & Asmara, 2017), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

K-pop atau Kpop merupakan musik yang sangat populer di Korea Selatan, namun dengan berkembangnya zaman, Kpop mulai merambah ke berbagai negara salah satunya Indonesia. Berawal dari munculnya tiga grup penyanyi Xu Taiji and Boy, dipadukan dengan budaya musik Amerika seperti rap, rock, techno, R&B dan lirik Korea, jenis musik baru dan unik, jenis musik ini dapat diterima oleh masyarakat.

Salah satu boy group K-pop bentukan SM Entertainment pada tahun 2016, NCT mendirikan 4 sub unit di tahun 2019, yaitu NCT U, NCT 127, NCT Dream, dan WayV. Hingga saat ini, NCT memiliki 23 anggota dan 4 anggota sub-unit. Perkembangan yang pesat membuat NCT memiliki banyak penggemar setia yang dikenal dengan NCTzen, dan para penggemar mulai mengumpulkan barang-barang yang berhubungan dengan idola favorit mereka, seperti album CD asli, *lighstick*, jaket, *T-shirt*, topi, boneka, poster, dan *merchandise* lainnya. Penggemar yang setia bisa menghabiskan banyak uang untuk mendapatkan barang-barang yang berhubungan dengan idolanya.

Dengan adanya Korean Wave, Indonesia menjadi “pasar” potensial bagi perekonomian Korea. Sejak Indonesia menjalin hubungan diplomatik dengan Korea Selatan pada tahun 1973, Korea Selatan menjadi salah satu negara dengan investasi dan partisipasi terbanyak dalam berbagai proyek di Indonesia (Bhaskara, 2019). Indonesia dan Korea Selatan juga sepakat untuk meningkatkan perdagangan bilateral menjadi \$30 miliar pada tahun 2022.

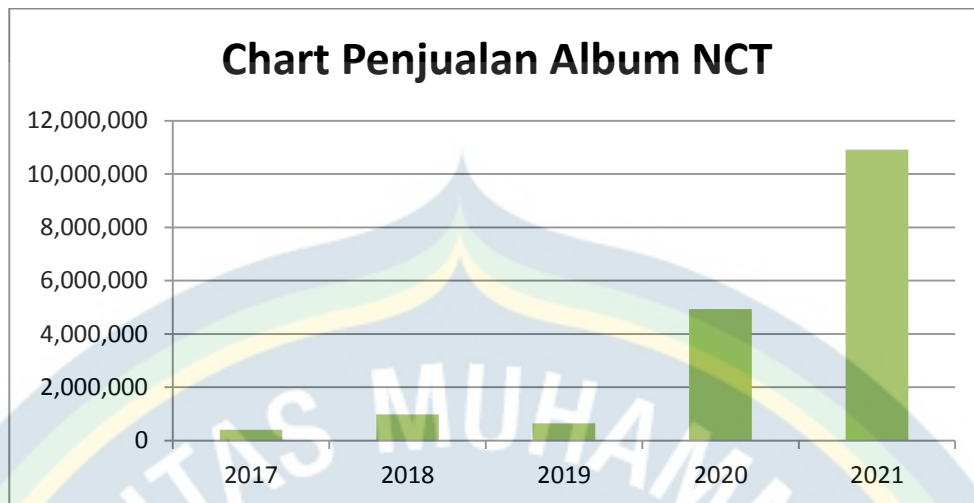
Kehadiran artis K-pop saat ini telah memengaruhi selera kaum milenial dalam banyak hal. Misalnya, penggunaan produk perawatan kulit dan makeup Korea, gaya Korea, konsumsi makanan Korea, dll menjadi lebih umum. Perspektif mereka berubah, mereka menjadi lebih terbuka terhadap semua aspek kehidupan, lebih bahagia, dan bahkan banyak yang lolos dari depresi. Selain itu, penggemar entertainer Korea cenderung membangun basis penggemar atau komunitas di berbagai daerah di Indonesia. Media dan penggemar hidup berdampingan dalam ekonomi pasar. Salah satu kegiatan yang fanatik adalah mengumpulkan atau mengoleksi beberapa barang yang berhubungan dengan idola favoritnya (Duffet, 2013:179).

Tiga koleksi yaitu album, merchandise, souvenir atau profil unik yang berkaitan dengan idola favorit Anda. (Duffet 2013: 179). Bagi penggemar, mengoleksi dengan mengumpulkan berbagai hal terkait di lingkaran penggemar merupakan bentuk tolak ukur koleksi, bukan melihat suatu barang secara individu (McCudden, 2011).

Industri K-pop tidak hanya menjual musik, tetapi juga *merchandise*, yang pasti dapat ditemukan oleh penggemar internasional secara online. Dalam industri

K-pop, banyak produk dan merchandise telah menjadi bagian penting dari budaya penggemar. Pembelian album dan *merchandise* lainnya melalui web atau aplikasi online sangat mudah bagi penggemar di luar Korea yang ingin membeli album. Menurut Business Post, penjualan album NCT diperkirakan akan mencapai 11 juta pada tahun 2021, meningkat 130% dalam penjualan album dibandingkan tahun 2020.

Menurut Gaon Chart, penjualan album fisik K-pop di dalam dan luar negeri diperkirakan akan mencapai 35 juta pada akhir tahun 2020. Angka ini naik dari angka penjualan tahun 2019 sebanyak 25 juta album K-pop. Pada tahun 2020, penjualan kumulatif NCT mencapai 3,63 juta *copy* (data pada 18 Oktober 2020), termasuk 1,47 juta *copy* album reguler kedua NCT 127, 670.000 *copy*, album NCT DREAM RELOAD, 280.000 *copy*, album reguler WayV dan NCT 2020 RESONANCE Pt.1 album 1,21 juta. Namun, penjualan album NCT pada tahun 2021 telah meningkat lebih dari 9.056.000, yang mencakup penjualan album dari berbagai grup seperti NCT 127, NCT Dream dan WayV, serta album NCT. Sebelumnya terjual 1.855.000 album, per 27 Desember 2021, NCT telah menjual 10.911.000 album.



Gambar 1

Sumber : Gaon Chart

Berdasarkan chart diatas bahwa penjualan album NCT tiap tahunnya meningkat, pada tahun 2017 sebanyak 412,310 copy album, tahun 2018 naik sebanyak 983,111 copy, namun pada tahun 2019 menurun hanya sebanyak 646,548 copy album, tahun 2020 naik lagi menjadi 4.937,351 copy, dan pada tahun 2021 naik sebanyak 10.911.000 copy album. Penelitian ini dirancang untuk mengetahui sejauh mana harga mempengaruhi keputusan pembelian album NCT dan untuk memahami seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian album NCT.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penjualan Album NCT tiap tahunnya meningkat, 2021 NCT menjual album sebanyak 10,911.000 copy album.

2. Desain produk yang simple dan kualitas album NCT Resonance yang kurang bagus dan mudah sobek sehingga membuat penggemar sedikit kecewa.
3. Popularitas NCT semakin meningkat dan dikenal banyak orang tidak hanya dikorea tetapi sudah go international.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian dengan hanya berfokus terhadap pengaruh harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian album NCT.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?
2. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian?
3. Bagaimana pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Album NCT
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan Album NCT.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian Album NCT.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi media yang dapat digunakan dalam pembelajaran tentang harga, dan desain produk dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk.

2. Manfaat Bagi Dunia Akademik

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara menguji kebenaran suatu teori.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa

Untuk mengembangkan potensi diri, profesi, dan karirnya di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2019). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Administrative Journal*, 6(2), 237-248.
- Akbar, S. S. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, Brand Image on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 121-132.
- Alfaqih, A. M. (2021). PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI JERSEY FUTSAL KISIROSARI DI KOTA KEDIRI. *Commodities, Journal of Economic and Business*, 1(3), 201-208.
- Alfaqih, A. M., Talkah, A., & Arisyahidin, A. ((2021)). Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Jersey Futsal Kisirosari Di Kota Kediri. *Journal of Economic and Business*, 1(3), 201-208.
- 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).
- Asep. S & Roif, D. H. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *INNOVATION RESEARCH JOURNAL*, 1(1), 34.
- Bhaskara, I. L. (2019, Januari 15). *Mengapa Semakin Banyak Warga Korsel Belajar Bahasa Indonesia?* Retrieved April 17, 2022, from Tirto.id: <https://tirto.id/mengapa-semakin-banyak-warga-korsel-belajar-bahasa-indonesia>
- Cahyono, B. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pemnbelian Pelanggan Cv. Javaland Arsitek Surabaya . *Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA.*
- Chaerudin., S. M., & Syafarudin., A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61-70.
- Endriana, H. (2022, Januari 3). *Indonesia Masuk Top 4 Pembeli Album K-Pop pada 2021.* Retrieved April 6, 2022, from gensindo.sindonews.com:

<https://gensindo.sindonews.com/read/646363/700/indonesia-masuk-top-4-pembeli-album-k-pop-pada-2021-1641189705>

- Lestari, N. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(1), 137-145.
- Lubis, R. (2021). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. KENCANA MEDAN. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 4(2), 245-250.
- Maindoka, L. F. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Martini, T. ((2015)). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal penelitian*, 9(1).
- Muliasari, D. (2020). The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among STIE AAS Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3 (04).
- Murdapa, P. A. (2019). The Effect of Price, Product Design, Product Quality. *Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta, Indonesia*.
- Nanda, N. N. (2019). The Influence of E-Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2(3), 388-395.
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus PT. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158-166.
- Nurhadi, A. (2020). The Effect of Product Prices and Promotions on Purchasing Decisions of Mitsubishi Brand Cars at PT. Srikandi Diamond Motors, Tangerang Branch. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 175.
- Pencapaian Baru NCT, Penjualan Album Sepanjang Tahun 2020 Mencapai 3,63 Juta Copy* . (2020, Oktober 20). Retrieved Maret 14, 2022, from

KapanLagi.com: <https://www.kapanlagi.com/korea/pencapaian-baru-nct-penjualan-album-sepanjang-tahun-2020-mencapai-363-juta-copy-f469c4.html>

- Rahmawaty, D. (2021). The Influence of Product Packaging Design, Product Materials, Shop Service On Buying Decisions Al Insan Elemnetary Scholl Bekasi City. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 903-910.
- Ranto, D. W. ((2014)). Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UKM Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementas*, 5(2), 206-218.
- Ridwan, M., & Desi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada Collection Furniture di Pondok Bambu. *Kinerja 3 (02)*, 245-263.
- Safika, E. &. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 8-13.
- Salsabila, S. S. (2021, November 30). *Penjualan Album NCT Capai 11 Juta Copy, Pakar Sebut NCT Sebagai Ikon Representatif SM Entertainment* . Retrieved Maret 13, 2022, from Surabaya Network: <https://surabaya.jatimnetwork.com/hiburan/pr-521951032/penjualan-album-nct-capai-11-juta-copy-pakar-sebut-nct-sebagai-ikon-representatif-sm-entertainment>
- Sarajwati, M. K. (2020, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Retrieved April 5, 2022, from Environmental Geography Student Association: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.*, 4(2), 137-146.
- Suari, M. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.

- Subyakto, G. (2021, Desember 30). *Raih Kesuksesan Besar di 2021, NCT Berhasil Menjual Lebih Dari 10,91 Juta Album!* . Retrieved Maret 13, 2022, from KapanLagi.com: <https://www.kapanlagi.com/korea/raih-kesuksesan-besar-di-2021-nct-berhasil-menjual-lebih-dari-1091-juta-album-749c21.html>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36-50.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89-97.
- Tamunu., M., & Tumewu, F. (2014). Analyzing The Influence Of Price And Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles In Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Tannia, P. V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 87-94.
- Ulfami, P. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada online shop Giyomi Melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 702-708.
- Wahyuni, P. R. (2019). Pengaruh Interaksi Harga dan Desain atau Motif Batik Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Kabupaten Sumenep. *Prosiding*, 277-284.