



PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK PADA MINAT BELI PLAYSTATION 4

Gregorius Sereno Maddison Kando¹, Jevon Paul Irawan²,
Erica Adriana³

Universitas Ma Chung

Email: jevonpaulirawan1012@gmail.com¹,
112010024@student.machung.ac.id², erica.adriana@machung.ac.id³

Abstract .The aim of this research is to increase interest in buying Playstation 4, to explain in more detail about Playstation 4 products by taking into account the dimensions of product quality, and to compare the quality of Playstation 4 products to the quality of other similar products. The research method used by the author is literature study, the number of journals or articles analyzed is 5 journals. The data is used to identify and analyze how the product quality dimension influences the intention to buy Playstation 4. The results of the research show that product quality can increase buying interest in Playstation products. This is reflected in the results of product quality indicators regarding model, technology, durability, for a purchase. Product quality has an impact on consumer satisfaction, so consumers do not hesitate to buy. That certainly has a positive impact on the product because it can generate interest from customers. From the results of this study it can be concluded that product quality influences buying interest.

Keywords: Product quality; buying interest

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan minat beli Playstation 4, menjelaskan lebih detail tentang produk Playstation 4 dengan memperhatikan dimensi kualitas produk., dan membandingkan kualitas produk Playstation 4 terhadap kualitas produk lainnya yang sejenis. Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu studi literatur, jumlah jurnal atau artikel yang dianalisis berjumlah 5 jurnal. Data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana pengaruh dimensi kualitas produk terhadap minat beli Playstation 4. Hasil penelitian memperoleh kualitas produk dapat meningkatkan minat beli pada produk Playstation. Hal tersebut tercermin dari hasil indikator kualitas produk mengenai model, teknologi, daya tahan, bagi suatu pembelian. Kualitas produk berdampak kepada kepuasan konsumen, sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli. Hal tersebut mempunyai dampak positif bagi suatu produk, karena bisa meningkatkan minat beli dari pelanggan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh kepada minat beli.

Kata-kata Kunci: Kualitas produk; minat beli

PENDAHULUAN

Dengan seiringnya perkembangan zaman, teknologi menjadi semakin maju (Wilburn, 2019). Teknologi membuka banyak bagi peluang bisnis perusahaan dan juga meningkatkan tantangan baru yang sifatnya kompleks (Holotiuk et al. 2017). Peluang merupakan usaha produsen untuk mengembangkan model bisnis dengan memanfaatkan teknologi yang lebih modern, seperti strategi pemasaran, sistem produksi, dan lainnya. Adanya era globalisasi menunjukkan adanya ancaman serius yang datang dari pasar bebas yang mengakibatkan persaingan antara produsen satu dengan produsen yang lain semakin sengit (Kurniawati, 2020). Hal tersebut terbukti dari adanya industri video game yang semakin berkembang secara signifikan seiring berjalannya waktu (Sandqvist, 2015). Setiap produsen game mempunyai keinginan untuk berinovasi dengan cara menciptakan perangkat yang lebih menarik dengan visual game dan grafis yang semakin tinggi sehingga tampilan terlihat lebih nyata. Hal tersebut melatarbelakangi kemajuan industri game (Cui, Jiang, dan Zhu 2022).).

Kemajuan industri game tentunya tidak lepas dari yang namanya kualitas produk. Menurut Kotler (2016) jika suatu perusahaan itu ingin mempertahankan keunggulan produknya dari pesaing, maka perusahaan harus memperhatikan efek dari kualitas produk yang akan digunakan konsumen, baik dari segi kinerja, daya tahan, kesesuaian, yang dimana merupakan dimensi dari kualitas produk. Tujuannya agar konsumen dapat mengetahui perbedaan produk yang dijual oleh perusahaan satu dengan perusahaan pesaing lainnya.

Kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen pada saat ingin membeli sebuah produk, karena kualitas produk dapat menjadi sebuah pertimbangan yang penting bagi konsumen saat ingin membeli produk. Dari hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk itu saling berhubungan dengan minat beli konsumen terhadap produk suatu perusahaan.

Tujuannya agar konsumen bisa mendapatkan produk sesuai dengan kualitas yang diinginkan dengan melihat dari sisi kesesuaian produk, kinerja produk, ketahanan produk, dan lainnya yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Seperti contohnya pada *game* konsol, yang dimana konsumen akan diberi pilihan saat akan membeli console game. Konsumen akan melihat dan membandingkan satu *console game* dengan yang lainnya dengan memperhatikan kualitas produk termasuk dimensi kualitas produk seperti daya tahan *console game* yang bisa bertahan berapa lama, yang membuat konsumen itu tidak mengeluarkan biaya untuk perbaikan untuk *console*, kinerja *console game* seperti grafik yang bagus dan tidak *delay* saat bermain.

Contoh dimensi kualitas produk tersebut sangat penting untuk keberlangsungan konsumen saat memainkan suatu *game*. Minat beli sendiri merupakan hasrat yang ada dalam diri setiap konsumen terhadap produk yang akan dikonsumsi. Minat beli yang kuat membuat konsumen itu semakin yakin saat menentukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa (Rokhmawati, Kuncorowati & Supardin, 2022). Konsumen akan dihadapkan dengan berbagai macam pilihan saat akan membeli suatu produk sehingga konsumen harus bisa menyeleksi produk atau jasa yang dibutuhkan. Minat beli akan muncul ketika perusahaan berhasil menghasilkan produk yang baik dari segi kualitas, harga, dan faktor lainnya. Jika minat beli konsumen meningkat, maka profit perusahaan juga meningkat.

Playstation merupakan perusahaan dari Sony Interactive Entertainment. Perusahaan Playstation ini berpusat di Tokyo, Jepang. Playstation sebagai produk dari bagian divisi Sony yang dikenal oleh pengguna dan pencinta game di seluruh dunia. Produk yang dirilis oleh Playstation yaitu Playstation 1, Playstation 2, Playstation 3, PSP Go, PS Vita, Playstation 4, dan Playstation 5. Playstation dapat menjual ratusan juta unit *console game* diberbagai penjuru dunia setiap tahunnya. Pada tahun 2022 lalu, data penjualan Playstation 4 sebanyak 177 juta unit, Nitendo Switch sebanyak 122 juta unit (Gunawan 2023), sedangkan penjualan Xbox One sebanyak 58,6 juta unit (Hamiaz 2022). Playstation memiliki penjualan tertinggi dengan produk Playstation 4 sebesar 177 juta unit. Dari data tersebut, maka Playstation 4 dikatakan *console game* yang banyak diminati oleh konsumen *console game*. Target pasar dari Sony Playstation 4 yaitu laki – laki ataupun perempuan yang berusia muda sampai tua sekitar umur 17-40 akan tetapi, terdapat beberapa *game* yang dirilis dengan kode tertentu yang ditujukan sesuai dengan umur konsumen Playstation ini. Kode pertama yaitu “M”, yang artinya *game* yang ditujukan untuk konsumen yang berusia 17 tahun keatas. Kode kedua yaitu “T” untuk konsumen remaja. Kode ketiga yaitu “E+10” untuk konsumen usia 10 tahun keatas. Kode yang terakhir yaitu “E” untuk semua usia konsumen (Shastri, 2022).

Permasalahannya sekarang konsumen tidak tahu bagaimana memilih *console game* yang bagus dan sesuai kebutuhan. Konsumen juga ragu saat dihadapkan dengan pilihan produk *console game*. Sesuai dengan permasalahan yang terjadi, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dimensi kualitas produk berdampak pada minat beli Playstation 4.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan barang dalam menampilkan kinerja dan hasil yang sesuai, sampai melampaui harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen saat membeli suatu produk atau jasa. Motif dasar konsumen melakukan pembelian yaitu untuk memenuhi kebutuhan atau harapan tertentu, hal tersebut membuat konsumen biasanya mengamati apakah produk ini memiliki kualitas yang bagus atau tidak. Kualitas produk menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen saat hendak menentukan suatu produk. Produk yang ditawarkan diharapkan sudah teruji kualitasnya.

Hal tersebut penting, karena saat ini konsumen mengutamakan kualitas dari suatu produk. Hal tersebut sudah bukan menjadi rahasia lagi. Faktanya, kebanyakan konsumen memilih produk yang kualitasnya itu bagus dibanding produk yang kualitasnya tergolong masih kurang.

Menurut Garvin (2016) kualitas produk merupakan produk yang memiliki karakter tertentu yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan Wirayanthi (2019) kualitas produk adalah kelebihan yang memiliki nilai dari konsumen, sehingga jika produk mengeluarkan kualitasnya maka dapat memenuhi pandangan sebelumnya dari produk yang sebelumnya sudah dikenal.

(Saputri & Novitaningtyas, 2022) kualitas produk adalah faktor yang bisa mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Menurut (Susanti, 2017) dan Khusuma & Utomo (2021), dimensi kualitas produk terdiri dari:

1. Kinerja : Karakteristik inti dari produk yang dibeli, seperti kecepatan, kenyamanan, kemudahan saat pemakaian produk.
2. Keandalan : Kemungkinan terjadinya kerusakan atau cacat dari produk yang sangat kecil, seperti pengawasan desain dan kualitas produk.
3. Kesesuaian : Produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan perusahaan.
4. Daya tahan : Produk tersebut jika digunakan bisa tahan berapa lama.
5. Estetika : Tampilan dari produk dapat dinilai saat kita melihat produk tersebut.
6. Persepsi kualitas : Citra dan reputasi produk.

Minat Beli

Minat beli adalah hasrat yang muncul dalam diri konsumen terhadap produk yang akan dibeli. Keyakinan konsumen terhadap keputusan pembelian produk semakin terdorong ketika minat beli sangat kuat. Seringkali konsumen diberikan pilihan yang banyak saat ingin membeli suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, konsumen perlu mempertimbangkan suatu produk dengan baik sebelum memutuskan pembelian. Tujuannya agar konsumen bisa mendapatkan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan (Rokhmawati, Kuncorowati & Supardin, 2022).

Minat beli merupakan bagian yang ada dalam diri konsumen seperti perilaku konsumen dengan memberikan arahan dari dalam dirinya yang berpengaruh pada tindakan sebelum membeli atau saat memutuskan pembelian. (Liu, 2019) Saat perusahaan itu berhasil membuat konsumen tertarik pada produk kita, maka minat beli dalam diri konsumen muncul, akan tetapi di fase ini mereka biasanya akan dipenuhi dengan segala kebimbangan sampai mereka merasa sangat yakin untuk membuat keputusan pembelian. Ada beberapa faktor atau hal yang dapat meningkatkan minat beli dari konsumen, salah satu faktornya yaitu kualitas produk (Raharjo dan Mulyanto 2018).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode studi literatur. Studi literatur yaitu kajian teoritis yang mempunyai kaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada suatu situasi sosial yang diteliti. Data – data diperoleh dari penelusuran internet terkait dinamika pengelolaan dimensi kualitas produk terhadap minat beli yang dipublikasikan pada tahun 2017-2023. Jumlah jurnal yang dianalisis sebanyak 5 jurnal. Data – data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh dimensi kualitas produk pada minat beli Playstation 4

HASIL PENELITIAN

Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Prihartono (2020) bahwa kualitas produk itu memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Jasmani (2018) menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian. Lestari (2019) menyatakan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli UMKM yang ada di Tasikmalaya. Kurniawati (2020) menyatakan kualitas produk punya pengaruh positif pada minat beli. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi & Theresia (2021) yang menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh negatif pada keputusan pembelian.

Menurut Sunardi, Sari & Cahyani (2021) perusahaan telah melakukan berbagai upaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas mulai dari bahan baku sampai barang jadi. Banyak konsumen yang menginginkan produk yang harganya sesuai dengan kualitas yang ditawarkan perusahaan. Minat beli terjadi saat konsumen tertarik pada suatu produk yang dilihatnya, sehingga membuat konsumen ingin membeli produk tersebut.

Sunardi, Sari & Cahyani (2021) juga menyatakan jika suatu produk berkualitas, maka konsumen akan memilih keinginan membeli barang tersebut sehingga menimbulkan adanya minat beli yang muncul dari dalam suatu produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dari pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa produk berkualitas dapat menghasilkan dampak dan pengaruh yang baik bagi pelanggan terhadap keputusan pembelian. (Narotama Sunardi et al., 2022) menyarankan bahwa masih terdapat faktor – faktor lainnya seperti promosi, citra merek, iklan, *brand awareness*, dan diskon yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Farisi (2018) menjelaskan adanya dimensi kualitas produk yang dirasakan, dimana dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari kinerja, keandalan, kesesuaian, daya tahan, estetika, releabilitas, keistimewaan produk. Kualitas produk punya pengaruh pada keputusan pembelian produk sepatu merek Adidas. Tujuan dari kualitas produk untuk mempengaruhi konsumen pada saat menentukan berbagai pilihan produk, supaya konsumen lebih mudah untuk memutuskan pembelian suatu produk. Pemahaman konsumen akan kualitas produk dapat dijadikan sebagai proses dasar pengambilan keputusan pembelian (Kotler, 2006).

Tarigan (2019) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang positif dan juga signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *laptop gaming* pada Stream Gaming Community. Hal tersebut dibuktikan bahwa kualitas produk pada komunitas Stream Gaming Community tergolong tinggi. Jika produk memiliki kualitas yang tinggi, otomatis keputusan pembelian ikut tinggi, dan jika produk memiliki kualitas yang rendah, otomatis keputusan pembelian juga ikut rendah. Tarigan (2019) menyarankan bahwa perusahaan diharapkan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah baik dan juga meningkatkan produk agar konsumen bisa lebih puas. Perusahaan akan menerima masukan – masukan dari konsumen sebagai bahan untuk mempertimbangkan pengembangan produknya.

Setiawan & Surjaatmadja (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk sangat berkontribusi dalam keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Scoopy. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas produk itu berpengaruh positif bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal tersebut juga tercermin dari indikator kualitas produk seperti model teknologi, daya tahan, dan kenyamanan konsumen yang membeli produk ini, serta memberikan kesan yang baik bagi penggunanya.

(Sutibi & Batu, 2022) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli Sony Playstation di Kota Karawang. Selain itu, kualitas produk dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Playstation. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan adanya produk mengalami gangguan yang lumayan tinggi, yang dimana perusahaan perlu memperhatikan lagi supaya produk terhindar dari gangguan ketika digunakan oleh konsumen. Kualitas dan kepercayaan pada suatu merek produk perlu dicermati oleh Sony.

Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Playstation 4

Susanti (2017) menyatakan bahwa kinerja, ciri produk, daya tahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk Tupperware pada Perumahan Griya Utama Pekanbaru. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, 2017) dan Khusuma & Utomo (2021) maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas produk Playstation 4 adalah sebagai berikut :

1. Kinerja : Karakteristik inti dari produk yang dibeli. Penerapan dalam Playstation 4 yaitu Kinerja *floating – pont* sebesar 1,84 *TFLOPS*. *Memory bandwidth* 176 Gb/s dimana artinya memori yang dapat diterima dengan cepat sehingga data yang diterima lebih cepat. *Unit computing* sebesar 18 didukung dengan *render output* 32 yang dimana tujuannya untuk meningkatkan tampilan grafik. Dampaknya konsumen bisa bermain *game* dengan grafik yang bagus dengan lancar dan tidak *lag*.
2. Keandalan : Kemungkinan terjadinya kerusakan atau cacat dari produk yang sangat kecil. Sony Playstation mengungkapkan bahwa kecacatan produk terjadi sebesar 0,4% produk Playstation 4 (Nistanto, 2013). Minimya kecacatan produk tersebut membuat Playstation ini dikatakan handal dalam memproduksi *console game*.
3. Kesesuaian : Produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan perusahaan. Playstation 4 memiliki *wireless controller* yang dimana memiliki tombol – tombol dan 2 *point touchpad* yang dimana pemain bisa menggunakan *touchpad* tersebut dalam bermain game. Hal tersebut sesuai dengan iklan yang ada di *channel* YouTube resmi Playstation. Selain itu juga menggunakan prosesor AMD Radeon yang membuat grafik game Playstation 4 bagus dan lebih

realistis sesuai dengan yang ditetapkan Sony Playstation. Kesesuaian fitur yang ditawarkan dengan produknya membuat konsumen yakin dengan spesifikasi yang ditawarkan itu sesuai dengan realitanya. Dampaknya kepercayaan konsumen terhadap produk Playstation 4 tinggi karena produk tersebut sesuai dengan yang ditawarkan Sony Playstation.

4. Daya tahan : Produk tersebut jika digunakan bisa tahan berapa lama. Menurut ulasan konsumen, Playstation 4 bertahan dan bisa digunakan hingga lebih dari 7 tahun. Tentunya membuat konsumen tidak perlu untuk menggunakan biaya servis atau membeli mesin yang baru.
5. Estetika : Tampilan dari produk dapat dinilai saat konsumen melihat produk tersebut. Playstation 4 mempunyai warna yang khas yaitu hitam *doff*, dengan bentuk *dualshock* yang *simple* dan pas ditangan serta banyak dikenal oleh orang – orang. Keestetikan tersebut menjadi ciri khas Playstation 4 yang elegan.
6. Persepsi kualitas : Citra dan reputasi produk. Playstation 4 banyak digunakan di rental Playstation, karena sudah banyak konsumen yang mengenal produk Playstation ini dari lama. Tombol kotak, segitiga, bulat, x, dan lainnya menjadi ciri khas bagi *console* ini. Beberapa juga loyal kepada produk Playstation ini, yang awalnya mempunyai *console* Playstation sebelumnya kemudian *upgrade* ke Playstation 4 karena percaya dan sudah terbiasa membeli produk Playstation baik *console*, *controller*, *game*, dan lainnya.

SIMPULAN

Pengelolaan dimensi produk yang efektif pada PlayStation 4 telah memberikan dampak yang positif terhadap minat beli konsumen. Peningkatan nilai fungsional, penyediaan variasi produk, meningkatkan pengalaman pengguna, citra merek yang kuat, dan pengaruh dalam persaingan pasar adalah faktor-faktor yang telah mendorong minat beli terhadap PlayStation 4. Selain itu, didorong dengan adanya spesifikasi yang baik dari kualitas Sony Playstation membuat minat beli konsumen terdorong. Maka dari itu, perusahaan Sony harus tetap mempertahankan kualitas produknya, dan terus melakukan evaluasi dan analisis terkait produknya supaya tetap bisa bertahan dari kompetitornya dan juga menjadi pangsa pasar yang besar bagi industri *console game* dunia. Sehingga perusahaan bisa mendapatkan profit yang stabil.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

- Arista, L., & Lasmana, H. (2019). Pengaruh Review oleh Sarah Ayu pada Produk Kecantikan di Youtube Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. *Jurnal Scriptura*, 9, 26-34. doi:<https://doi.org/10.9744/scriptura.9.1.26-34>
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19. doi:<https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Performa*, 2(2), 142-150. doi:<https://doi.org/10.37715/jp.v2i2.447>
- Hermanto, L. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1-67. doi:<http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Among Makarti : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 65-76. doi:<http://dx.doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302-315. doi:<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.833>
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Jurnal Menara Ekonomi*, 3(5), 1-10. doi:<https://doi.org/10.31869/me.v3i5.201>
- Sutibi, F., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sonny Playstation. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 256-273. doi:<https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/20957>