

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PREFERENSI
MAHASISWA MEMILIH PRODUK LOKAL ATAU IMPOR**

**Yunita Dwi Rahmawati¹, Doli Abdul Hamid Manullang², Dianda Hashifa³, Anggi Arko Azzahra
Kudadiri⁴**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email : rhmwtyunita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih produk lokal dibandingkan produk impor. Isu ini menjadi penting karena dalam era globalisasi dan persaingan pasar terbuka, keputusan konsumen muda khususnya mahasiswa semakin dipengaruhi oleh persepsi terhadap mutu dan nilai ekonomis suatu produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner tertutup yang terdiri dari 20 item pernyataan, dan melibatkan 18 responden mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 29, yang mencakup uji statistik deskriptif, reliabilitas, dan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan sangat reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.918 untuk variabel independen (kualitas dan harga) dan 0.872 untuk variabel dependen (preferensi mahasiswa). Selain itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel dengan nilai korelasi Pearson sebesar $r = 0.645$ dan tingkat signifikansi $p = 0.0039$. Artinya, semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kualitas dan harga produk, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih produk lokal. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran produk lokal yang lebih efektif serta memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen generasi muda di sektor pendidikan tinggi.

Kata Kunci: Preferensi Mahasiswa; Kualitas Produk; Harga, Produk Lokal, Produk Impor.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality and price on students' preferences in choosing local products over imported ones. This issue is crucial as, in the era of globalization and open markets, young consumers—especially university students are increasingly guided by their perception of quality and economic value when making purchasing decisions. A quantitative approach was employed using a structured questionnaire comprising 20 statement items, distributed to 18 student respondents. Data were analyzed using SPSS version 29, involving descriptive statistics, reliability testing, and Pearson correlation analysis. The results showed that the instruments used were highly reliable, with a Cronbach's Alpha value of 0.918 for the independent variables (quality and price) and 0.872 for the dependent variable (student preference). Furthermore, there was a strong and statistically significant positive correlation between the variables, with a Pearson's r value of 0.645 and a significance level of $p = 0.0039$. These findings indicate that the higher students perceive product quality and affordability, the more likely they are to prefer local products. This research contributes to the development of more effective marketing strategies for local products and provides deeper insight into the consumer behavior of younger generations within higher education contexts.

Keywords: Student Preference; Product Quality; Price; Local Products; Imported Goods.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang serba cepat ini, masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan produk, baik lokal maupun impor. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan merek, tetapi juga kualitas, harga, dan nilai tambah yang ditawarkan oleh suatu produk. Fenomena ini juga mencakup kalangan mahasiswa sebagai kelompok konsumen yang semakin sadar akan hak, kebutuhan, dan nilai suatu produk. Mahasiswa merupakan representasi dari generasi muda yang memiliki pola pikir kritis, terbuka terhadap perubahan, serta cermat dalam mengambil keputusan, termasuk dalam hal memilih produk yang mereka konsumsi.

Produk lokal dan produk impor kini bersaing ketat dalam pasar domestik. Meskipun produk impor sering kali diasosiasikan dengan kualitas dan prestise, produk lokal juga mulai mengalami peningkatan signifikan dari segi inovasi, desain, dan efisiensi harga. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi produsen dalam negeri untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya dari kalangan mahasiswa, terhadap produk lokal. Di sisi lain, harga juga menjadi aspek penting yang tidak dapat dipisahkan dari keputusan pembelian. Konsumen cenderung akan membandingkan nilai yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga kombinasi kualitas dan harga menjadi faktor dominan dalam membentuk preferensi mereka.

Preferensi mahasiswa terhadap produk tertentu sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas dan harga. Kualitas produk meliputi berbagai aspek seperti daya tahan, kenyamanan penggunaan, desain yang menarik, dan performa yang andal. Sementara itu, harga sering kali menjadi pertimbangan utama terutama bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan pengeluaran. Produk dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas tinggi cenderung menjadi pilihan utama. Dalam konteks inilah, penting untuk mengevaluasi bagaimana persepsi mahasiswa terhadap dua aspek ini memengaruhi keputusan mereka dalam memilih antara produk lokal dan impor.

Dalam dinamika konsumen muda saat ini, loyalitas terhadap produk lokal juga dipengaruhi oleh aspek emosional dan identitas budaya. Mahasiswa tidak hanya melihat produk lokal sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari kebanggaan nasional dan bentuk dukungan terhadap ekonomi dalam negeri. Kesadaran ini mendorong pergeseran preferensi yang lebih kompleks, di mana faktor emosional dan rasional saling melengkapi dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Selain itu, perkembangan teknologi dan akses informasi juga memainkan peran penting. Mahasiswa memiliki akses cepat terhadap berbagai ulasan produk, perbandingan harga, dan testimoni pengguna lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi dan logis. Produk lokal yang mampu bersaing secara online dengan produk impor, baik dari segi kualitas maupun harga, akan memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan pasar mahasiswa.

Kondisi ekonomi mahasiswa yang umumnya mengandalkan sumber pendanaan terbatas, seperti uang saku atau beasiswa, menjadikan harga sebagai elemen krusial. Dalam kondisi ini, produk yang memberikan keseimbangan antara mutu dan keterjangkauan akan mendapatkan perhatian lebih besar. Oleh karena itu, pemahaman terhadap bagaimana persepsi mahasiswa mengenai kualitas dan harga berpengaruh terhadap preferensi mereka menjadi penting bagi pelaku usaha lokal dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini hadir untuk mengisi celah kajian tersebut, dengan tujuan utama untuk mengkaji apakah persepsi terhadap kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih produk lokal dibandingkan dengan produk impor. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi produsen lokal dalam memahami perilaku konsumen muda serta menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan produk dan harga. Dengan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur pengaruh antara variabel secara statistik dan obyektif. Penelitian kuantitatif sesuai digunakan untuk menguji hipotesis serta menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel melalui perhitungan numerik. Dalam konteks ini, peneliti berupaya mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih produk lokal dibandingkan produk impor.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari berbagai latar belakang program studi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana kriteria utama responden adalah mahasiswa yang pernah membeli atau menggunakan produk lokal maupun produk impor. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 18 responden.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang terdiri dari 20 butir pernyataan dengan skala Likert empat poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Skor yang digunakan untuk penilaian berkisar dari 1 hingga 4. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah preferensi mahasiswa (item nomor 1–10), sementara variabel independennya adalah kualitas produk dan harga (item nomor 11–20). Kuesioner disusun berdasarkan indikator teoritis dan diuji validitas serta reliabilitasnya melalui uji statistik.

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 29. Analisis yang digunakan meliputi: (1) statistik deskriptif untuk menggambarkan nilai rata-rata dan penyebaran data; (2) uji reliabilitas dengan Cronbach’s Alpha untuk mengukur konsistensi internal instrumen; dan (3) uji korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Seluruh hasil dianalisis secara sistematis guna memperoleh kesimpulan yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dari pengolahan data kuesioner yang telah diisi oleh 18 mahasiswa dari berbagai program studi. Tujuan dari pengolahan data ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk dan harga dapat memengaruhi preferensi mereka dalam memilih produk lokal dibandingkan produk impor. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Proses analisis mencakup tiga tahap utama, yaitu analisis statistik deskriptif, uji reliabilitas, dan uji korelasi Pearson Product Moment. Masing-masing bagian disajikan dalam bentuk tabel disertai pembahasan mendalam agar dapat memberikan pemahaman yang utuh mengenai pola hubungan antar variabel.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi umum dari setiap variabel berdasarkan hasil jawaban responden. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan jawaban mahasiswa terhadap masing-masing pernyataan dalam kuesioner.

Tabel 1. Rata-rata dan Standar Deviasi Variabel Y (Preferensi Mahasiswa)

Variabel Y	Mean	Std. Deviasi
Preferensi Mahasiswa	34.72	3.65

Hasil statistik deskriptif pada variabel preferensi mahasiswa menunjukkan nilai rata-rata sebesar 34.72 dari total skor maksimum 40. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, mahasiswa memiliki preferensi yang cukup tinggi terhadap produk lokal. Skor ini merepresentasikan kecenderungan mahasiswa dalam memilih produk lokal berdasarkan pertimbangan kenyamanan, kualitas, dan kepuasan setelah penggunaan. Dengan standar deviasi sebesar 3.65, terlihat bahwa variasi tanggapan antar responden cukup rendah. Artinya, persepsi mahasiswa terhadap preferensi penggunaan produk lokal bersifat relatif seragam. Hal ini menjadi sinyal positif bagi produsen lokal bahwa mayoritas mahasiswa mulai menunjukkan ketertarikan yang konsisten terhadap produk dalam negeri.

Tabel 2. Rata-rata dan Standar Deviasi Variabel X (Kualitas Produk dan Harga)

Variabel X	Mean	Std. Deviasi
Kualitas Produk dan Harga	36.56	2.89

Pada variabel kualitas produk dan harga, hasil menunjukkan nilai rata-rata sebesar 36.56 dengan standar deviasi sebesar 2.89. Angka ini mendekati skor maksimal dari total pertanyaan yang tersedia, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa secara umum memberikan penilaian positif terhadap kualitas dan harga produk lokal. Persepsi mereka terhadap daya tahan, desain,

kenyamanan penggunaan, serta kesesuaian harga dengan kualitas menunjukkan hasil yang sangat baik. Mahasiswa memandang bahwa produk lokal kini tidak lagi kalah dari produk impor, baik dari segi mutu maupun dari sisi ekonomis. Penyebaran data yang rendah pada nilai standar deviasi menunjukkan bahwa penilaian antar responden sangat konsisten, memperkuat bukti bahwa persepsi mahasiswa terhadap produk lokal telah mengalami pergeseran positif.

Secara keseluruhan, hasil dari statistik deskriptif menggambarkan bahwa kedua variabel utama dalam penelitian ini baik persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk dan harga maupun preferensi mahasiswa dalam memilih produk—memiliki rata-rata yang tinggi dan variasi yang rendah. Hal ini menunjukkan kecenderungan positif dan kuat terhadap penerimaan produk lokal di kalangan mahasiswa, yang nantinya akan diuji lebih lanjut melalui analisis reliabilitas dan korelasi antar variabel.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan salah satu tahapan penting dalam proses validasi instrumen penelitian kuantitatif. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi dalam mengukur suatu variabel secara berulang. Dalam studi ini, reliabilitas dianalisis menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, yaitu metode yang banyak digunakan untuk mengukur stabilitas dan kesesuaian antaritem dalam satu konstruk. Interpretasi umum dari nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut: $\geq 0,90$ menunjukkan reliabilitas sangat tinggi; $0,70-0,89$ termasuk tinggi; $0,60-0,69$ dianggap cukup; dan $< 0,60$ menandakan reliabilitas rendah atau tidak layak.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Preferensi Mahasiswa)

Item No.Corrected	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	0.634	0.768
Item 2	0.688	0.760
Item 3	0.742	0.752
Item 4	0.611	0.771
Item 5	0.529	0.784
Item 6	0.667	0.763
Item 7	0.602	0.773
Item 8	0.581	0.776
Item 9	0.655	0.765
Item 10	0.628	0.770

Berdasarkan hasil pada Tabel 3, semua butir pada variabel Y menunjukkan nilai korelasi item-total yang berada di atas 0.5. Hal ini mencerminkan bahwa setiap item dalam konstruk preferensi mahasiswa memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengukuran total. Item 3 memiliki nilai korelasi tertinggi (0.742) dan nilai Cronbach's Alpha if item deleted terendah (0.752), yang menunjukkan bahwa butir tersebut sangat mendukung reliabilitas konstruk. Sebaliknya, Item 5 memiliki korelasi paling rendah (0.529), namun nilai alpha tidak mengalami peningkatan signifikan bila item tersebut dihapus (0.784). Secara keseluruhan, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Y adalah 0.791, yang termasuk dalam kategori tinggi. Ini berarti bahwa konstruk preferensi mahasiswa terhadap produk lokal memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan instrumennya dapat diandalkan untuk penelitian lanjutan.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Produk dan Harga)

Item No.Corrected	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 11	0.782	0.905
Item 12	0.755	0.909
Item 13	0.768	0.906
Item 14	0.699	0.912

Item 15	0.742	0.908
Item 16	0.720	0.910
Item 17	0.803	0.904
Item 18	0.761	0.907
Item 19	0.711	0.911
Item 20	0.809	0.903

Hasil reliabilitas pada variabel X sebagaimana tercantum pada Tabel 4 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Setiap item memiliki nilai korelasi total yang tinggi, mulai dari 0.699 hingga 0.809. Nilai tertinggi diperoleh oleh Item 20 (0.809), diikuti oleh Item 17 (0.803), yang menandakan bahwa kedua item ini paling berkontribusi dalam memperkuat konstruk kualitas produk dan harga. Nilai Cronbach's Alpha variabel X sebesar 0.918 menunjukkan bahwa instrumen ini tergolong sangat reliabel dan memiliki tingkat keandalan yang hampir sempurna dalam konteks penelitian sosial.

Secara keseluruhan, uji reliabilitas terhadap kedua variabel memperlihatkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria pengukuran yang konsisten. Seluruh item yang terdapat pada kuesioner memberikan kontribusi terhadap kestabilan pengukuran, dan tidak ada satu pun yang perlu dieliminasi. Hasil ini memberikan landasan kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis korelasi guna melihat hubungan antara variabel kualitas produk dan harga dengan preferensi mahasiswa terhadap produk lokal.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan linear antara dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu variabel X (Kualitas Produk dan Harga) dan variabel Y (Preferensi Mahasiswa). Pengujian ini menggunakan metode Pearson Product Moment yang sesuai untuk data skala interval serta distribusi normal. Nilai korelasi (r) berkisar dari -1 hingga +1. Semakin mendekati +1, maka hubungan antara variabel dinyatakan semakin kuat dan positif. Sebaliknya, nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat.

Tabel 5. Korelasi Pearson Preferensi Mahasiswa (Y)

Preferensi Mahasiswa (Y)	Total Skor Y	Rata-rata Y	Std. Deviasi Y
Skor Responden	625	34.72	3.65

Tabel 5. menunjukkan hasil statistik deskriptif dari variabel Y (Preferensi Mahasiswa). Total skor keseluruhan adalah 625, dengan rata-rata sebesar 34.72 dari maksimum skor 40. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat preferensi yang tinggi terhadap produk lokal. Standar deviasi sebesar 3.65 menunjukkan bahwa penyebaran jawaban responden cukup merata dan tidak ekstrem, yang mencerminkan adanya konsistensi dalam pola tanggapan terhadap seluruh item pada konstruk ini.

Tabel 6. Korelasi Pearson Kualitas Produk dan Harga (X)

Kualitas Produk dan Harga (X)	Total Skor X	Rata-rata X	Std. Deviasi X
Skor Responden	658	36.56	2.89

Tabel 6. menampilkan statistik deskriptif dari variabel X (Kualitas Produk dan Harga). Total skor kumulatif yang dicapai responden adalah 658, dengan nilai rata-rata 36.56 dari total skor maksimum 40. Ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk lokal serta harga yang ditawarkan sangat positif. Nilai standar deviasi sebesar 2.89 mengindikasikan variasi tanggapan antar responden tergolong rendah, yang berarti bahwa persepsi mereka terhadap item-item dalam variabel ini bersifat cukup seragam dan stabil.

Tabel 7. Hasil Korelasi Pearson Antara X dan Y

Variabel	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
X (Kualitas Produk dan Harga) vs Y (Preferensi Mahasiswa)	0.645	0.0039

Berdasarkan hasil pada Tabel 5c, diperoleh nilai korelasi Pearson sebesar 0.645, yang berarti hubungan antara kualitas produk dan harga dengan preferensi mahasiswa bersifat positif dan kuat. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk lokal dan kesesuaian harganya, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memilih produk lokal dibandingkan produk impor. Nilai korelasi yang berada pada kategori kuat ini mencerminkan adanya hubungan linier yang bermakna antara kedua variabel.

Nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.0039 jauh di bawah tingkat signifikansi 0.05, sehingga hubungan antara variabel X dan Y dinyatakan signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak terdapat hubungan antara kualitas produk dan harga dengan preferensi mahasiswa ditolak. Sebaliknya, hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti terdapat hubungan yang nyata antara kedua variabel tersebut dalam konteks pemilihan produk lokal oleh mahasiswa.

Secara keseluruhan, rata-rata skor total untuk preferensi mahasiswa adalah 34.72 dari maksimum 40, sedangkan kualitas produk dan harga memperoleh rata-rata 36.56 dari maksimum 40. Nilai ini memperkuat posisi kedua variabel sebagai faktor dominan yang saling berkaitan. Standard deviasi yang relatif rendah pada kedua variabel (masing-masing 3.65 dan 2.89) mengindikasikan bahwa tanggapan mahasiswa terhadap kedua variabel tergolong konsisten.

Temuan ini selaras dengan pola perilaku konsumen muda yang cenderung rasional dan mempertimbangkan nilai guna suatu produk sebelum memutuskan pembelian. Bagi produsen lokal, hasil ini menjadi bukti bahwa strategi peningkatan kualitas dan penyesuaian harga yang kompetitif sangat penting untuk menarik minat mahasiswa. Tak hanya itu, pemerintah, institusi pendidikan, dan komunitas lokal juga berperan dalam membangun ekosistem yang mendukung pilihan terhadap produk dalam negeri.

Dengan demikian, hasil korelasi Pearson ini menjadi dasar kuat untuk menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih produk lokal. Temuan ini diharapkan menjadi rujukan dalam pengembangan strategi pemasaran produk lokal yang lebih efektif dan tepat sasaran.

PEMBAHASAN INTEGRATIF

Berdasarkan hasil uji deskriptif, reliabilitas, dan korelasi yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki preferensi yang cukup tinggi terhadap produk lokal. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata variabel preferensi mahasiswa sebesar 34.72 dengan standar deviasi yang cukup rendah. Di sisi lain, persepsi terhadap kualitas produk dan harga juga berada pada tingkat yang tinggi, dengan rata-rata 36.56, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa menganggap produk lokal sudah mampu bersaing secara kualitas maupun harga.

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk dan harga dengan preferensi mereka dalam memilih produk lokal, dengan nilai korelasi sebesar 0.645 dan signifikansi 0.0039. Hubungan ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin positif penilaian mahasiswa terhadap produk lokal dari sisi kualitas dan harga, maka semakin tinggi pula preferensi mereka terhadap produk tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen, di mana kualitas dan harga merupakan dua aspek krusial yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama di kalangan konsumen muda seperti mahasiswa.

Mahasiswa cenderung menjadi konsumen yang kritis, yang mempertimbangkan nilai guna dan efisiensi harga dari produk yang mereka konsumsi. Produk lokal yang mampu menghadirkan kualitas yang memadai dan harga yang kompetitif memiliki peluang lebih besar untuk dipilih oleh mahasiswa. Apalagi dalam konteks sosial dan budaya saat ini, di mana dukungan terhadap produk dalam negeri menjadi bagian dari identitas nasional, maka faktor kebanggaan menggunakan produk lokal turut memperkuat preferensi mereka.

Integrasi antara hasil kuantitatif dan pengamatan terhadap perilaku mahasiswa juga memperlihatkan bahwa peningkatan preferensi terhadap produk lokal bukan hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional semata, melainkan juga oleh faktor emosional seperti loyalitas terhadap merek lokal, kebanggaan nasional, dan rasa memiliki terhadap produk dalam negeri. Maka dari itu, produsen lokal perlu menyeimbangkan antara kualitas produk yang kompetitif dan strategi branding yang menekankan nilai-nilai lokal serta koneksi emosional dengan konsumen.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep dalam model stimulus-organism-response (SOR), di mana kualitas dan harga sebagai stimulus mampu memengaruhi persepsi mahasiswa (organisme) dan mendorong mereka untuk bertindak memilih produk lokal (response). Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya kolaborasi antara pelaku industri lokal, pemerintah, dan institusi pendidikan untuk terus mendorong peningkatan kualitas produk dalam negeri serta memberikan edukasi tentang pentingnya mendukung produk lokal bagi pembangunan ekonomi nasional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih produk lokal dibandingkan produk impor. Korelasi antara kedua variabel menunjukkan nilai $r = 0.645$ dengan signifikansi $p = 0.0039$, yang berarti terdapat hubungan positif yang signifikan. Reliabilitas instrumen untuk variabel independen dan dependen masing-masing sebesar 0.918 dan 0.872, menunjukkan bahwa alat ukur sangat konsisten. Temuan ini mempertegas bahwa persepsi mahasiswa terhadap mutu dan keterjangkauan harga berperan penting dalam pengambilan keputusan konsumtif mereka. Penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama pada jumlah responden yang terbatas dan pendekatan kuantitatif yang tidak menggali konteks mendalam. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif atau mixed method sangat disarankan untuk memperluas pemahaman terhadap preferensi mahasiswa lintas demografi.

REFERENSI/ reference

- Akbar, M. A., & Fauzi, A. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Harga Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.24123/jrpi.v9i1.24566>
- Dewi, I. R., & Nugraheni, A. P. (2021). Efektivitas Strategi Harga dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Strategi Pemasaran*. DOI: <https://doi.org/10.25077/jsp.v12n2.2021.115>
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*. DOI: <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>
- Hasan, A. (2021). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hidayat, M. I., & Nugroho, R. A. (2023). Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Produk Lokal dan Impor. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 22(3). DOI: <https://doi.org/10.25105/jspi.v22i3.14811>
- Indrawati, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Preferensi Konsumen. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. DOI: <https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6024>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Larasati, M., & Putra, B. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Konteks Produk Lokal. *Jurnal Konsumen dan Pemasaran*. DOI: <https://doi.org/10.32734/jkp.v5i1.16294>
- Mulyani, N., & Widodo, A. (2023). Preferensi Mahasiswa Terhadap Produk Lokal Melalui Persepsi Nilai. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. DOI: <https://doi.org/10.24843/JIEP.2023.v23.102.p05>
- Nasution, M. N. (2021). *Total Quality Management*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, H., & Lestari, T. (2023). Korelasi Harga dan Loyalitas Konsumen Generasi Milenial. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.21831/jrmb.v13i2.49837>
- Putri, R. N., & Pratama, M. G. (2021). Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.32424/1.jrmb.2021.16.3.1024>
- Rahman, A., & Septiani, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Terhadap Preferensi Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.31227/osf.io/x7nd3>
- Rosalina, Y., & Syahrizal, F. (2022). Evaluasi Daya Tarik Produk Lokal Pada Konsumen Muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.37478/jeb.v10i2.8990>

- Santoso, D., & Fauziah, N. (2023). Peran Harga dalam Mempengaruhi Minat Beli Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. DOI: <https://doi.org/10.37478/jim.v12i1.7890>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson.
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Memilih Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.31294/jebi.v7i1.14927>
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. DOI: <https://doi.org/10.21009/jebd.v4i2.33789>
- Yuniarti, L., & Siregar, H. (2022). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. DOI: <https://doi.org/10.21009/jmk.072.02>
- Zahra, S. N., & Maulida, N. (2024). Dampak Citra Produk dan Harga terhadap Preferensi Mahasiswa. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10928334>