

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada De'ray Kha Kids

Fadela Wiyatri¹, Tri Indra Wijaksana²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dellatadida@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pada era milenial saat ini perkembangan dunia fashion yang semakin meningkat di masyarakat sesuai dengan trend dapat memberikan pengaruh terhadap selera konsumen dalam memilih barang yang sesuai keinginan yang di butuhkan. Salah satu usaha di bidang *fashion* yaitu De'Ray kha kids. De'ray kha kids merupakan usaha di bidang *fashion* yang hanya melayani pembelian grosir yang memfokuskan produknya pada pakaian muslim anak. Agar bisnisnya tetap bisa bersaing, De'Ray kha kids harus menyusun strategi pemasaran yang bisa menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen lama. Akan tetapi dalam dua tahun terakhir terdapat permasalahan penurunan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada De'Raykha kids. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif dengan teknik analisis regresi liner sederhana. Teknik penentuan sample menggunakan non-probability sampling jenis purposive sampling dengan jumlah sample yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan pelaku usaha *retail* yang pernah membeli produk De'Ray kha kids. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 26. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini, variabel Kualitas Produk termasuk dalam kategori baik dengan persentase rata-rata 78%, dan variabel Keputusan Pembelian secara keseluruhan memiliki rata-rata persentase sebesar 79%. Tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Produk mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian sebesar 37,5%, sedangkan 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci-kualitas produk, keputusan pembelian, De'Ray kha kids

Abstract

in society in accordance with trends can have an influence on consumer tastes in choosing the goods that are needed. One of the businesses in the fashion sector is De'Ray kha kids. De'ray kha kids is a fashion business that only serves wholesale purchases that focus on children's Muslim clothing. In order for their business to remain competitive, De'Ray kha kids must develop a marketing strategy that can attract potential customers and retain old customers. However, in the last two years, there has been a decline in purchasing decisions. This research was conducted to determine the effect of product quality on purchasing decisions on De'Raykha kids. This study uses quantitative methods of descriptive research with simple linear regression analysis techniques. The sampling technique used was non-probability sampling with the type of purposive sampling with the number of samples used as many as 100 respondents who were retail business actors who had bought De'Ray kha kids products. This test was carried out using the help of SPSS 26. Based on the results of the descriptive analysis in this study, the Product Quality variable is included in the good category with an average percentage of 78%, and the overall Purchasing Decision variable has an average percentage of 79%. Respondents' responses regarding the Product Quality variable affect the Purchasing Decision variable by 37.5%, while 62.5% is influenced by other factors not examined by the author.

Keywords-product quality, purchase decision, De'Ray kha kids

I. PENDAHULUAN

Pada era milenial saat ini banyak aspek-aspek kehidupan yang mengalami perubahan seperti bidang ekonomi, teknologi, dan social budaya. Akibat perubahan yang terjadi, maka muncul kebutuhan yang semakin meningkat seperti dalam bidang fashion. Terdapat beberapa pasar terbesar di Asia menurut fitinline.com. Salah satu pusat industri *textile* di Indonesia adalah Pasar Tanah Abang, banyaknya pembeli yang datang dari dalam kota maupun luar kota karena harga yang relatif lebih murah. Persaingan bisnis di Pasar Tanah Abang semakin ketat, dengan semakin berkembangnya bisnis pakaian, dengan demikian dapat menarik para pebisnis pakaian untuk mendapatkan keuntungan besar dari pemasaran produk pakaian di Pasar Tanah Abang.

Salah satu perusahaan dagang pakaian di Pasar Tanah Abang ialah De'Ray kha kids. De'ray kha kids merupakan usaha di bidang *fashion* yang hanya melayani pembelian grosir yang memfokuskan produknya pada pakaian muslim anak, dimana produk – produk De'Ray kha kids difokuskan untuk didistribusikan kepada pelaku usaha *retail*, dimana Faktor kualitas produk merupakan faktor yang akan dipertimbangkan oleh De'Ray kha kids agar konsumen bisa memutuskan keputusan pembelian. Agar bisnisnya tetap bisa bersaing, De'Ray kha kids harus menyusun strategi pemasaran yang bisa menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen lama.

Akan tetapi dalam dua tahun terakhir terdapat permasalahan penurunan keputusan pembelian. Keputusan pembelian

merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Terdapat banyak factor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur dan desain ialah factor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hal ini juga didukung oleh Kotler dan Armstrong (2016:21) yang menyatakan bahwa atribut produk terdiri dari kualitas produk, fitur dan juga desain. ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa produk De'Ray kha Kids yang dibeli memiliki kecacatan produk. Keluhan dari konsumen pertama menyatakan bahwa gamis yang di beli memiliki kecacatan yaitu terdapat jaitan yang lepas, sedangkan pada konsumen kedua mengeluhkan bahwa adanya ketidakseragaman warna pada produk gamis. Dengan banyaknya keluhan diatas mengenai kurangnya kualitas produk pada De'Ray Kha Kids, Hal ini menunjukan bahwa adanya permasalahan pada kualitas produk De'Ray Kha Kids yang dapat diangkat menjadi permasalahan pada penelitian ini. Namun untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan pra survey kepada konsumen dari De'Ray Kha Kids mengenai kualitas produk. Hasil; dari pra survey ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk pada De'Ray Kha Kids. Pra survey melalui google form yang disebarkan ke 30 konsumen. Berdasarkan hasil dari pra survey oleh 30 responden menunjukan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen De'Ray kha Kids masih belum memenuhi keinginan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini ditunjukan bahwa dari hasil pra survey yang telah dilakukan oleh penulis masih terdapat 2 dimensi pada variabel Keputusan Pembelian yang masih memiliki kelemahan terbesar, yaitu pada dimensi Pencarian dimana diketahui yang menjawab "tidak" sebesar 65,6% sementara pada dimensi Emosional yang menjawab "tidak" juga sebesar 65,6% yang artinya, produk De'Ray kha kids belum sepenuhnya memiliki kualitas produk yang baik yang diinginkan oleh konsumen dapat dilihat dari dimensi Pencarian Informasi. Selain itu pada dimensi Emosional konsumen De'Ray kha kids masih belum setia pada produk yang di berikan oleh De'Ray kha kids. Hal ini menunjukan bahwa adanya masalah yang dialami oleh De'Ray Kha Kids mengenai Keputusan pembeliaanya.

Dengan adanya situasi dan fenomena diatas, maka permasalahan ini layak diteliti lebih lanjut menggunakan variable kualitas produk agar lebih mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian De'Ray Kha kids, dengan begitu penulis akan mengambil judul **"Pengaruh Kualits Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada De'Ray kha kids"**.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan deskriptif dengan variabel *independent* yaitu Kualitas Produk dan variabel *dependent* yaitu Keputusan pembelian. Populasi yang digunakan adalah pelaku usaha retail dengan mengambil sampel sebesar 100 responden yang dihitung menggunakan rumus *Bernouli*. Dalam pengambilan sampel maka digunakan teknik sampling *non-probability sampling* dan insidental sampling. Untuk menganalisis hasil penelitian, maka digunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas), uji analisis regresi sederhana, uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

No	Analisis Deskriptif	Hasil	Keterangan
1.	Kualitas Produk	79%	Baik
2.	Keputusan Pembelian	78%	Baik

Variabel kualitas produk (X) memiliki rata -rata persentase sebesar 79%. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui tiga belas pernyataan mengenai Kualitas Produk. Rata -rata sebesar 79% menunjukkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam rentang 68% - 84% yang berarti posisi variabel Kualitas Produk dinilai Baik

Variabel Kualitas Produk (Y) memiliki rata -rata persentase sebesar 78%. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui delapan pernyataan mengenai Kualitas Produk. Rata -rata sebesar 78% menunjukkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam rentang 68% - 84% yang berarti posisi variabel Keputusan Pembelian dinilai Baik.

B. Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.06469631
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.046
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikan $0,128 > 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normal. Uji normalitas lain yang dapat digunakan adalah berupa plot grafik dimana asumsi normalitasnya terpenuhi titik-titik pada grafik mendekat ke sumbu diagonal.

C. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.396	2.759		3.768	.000		
Kualitas Produk	.410	.054	.612	7.664	.000	1.000	1.000

Dari hasil pengolahan data secara regresi linier sederhana, diperoleh data persamaan sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10.396 + 0,410X$$

Dari persamaan, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta a dalam garis regresi adalah 10.396. Hal ini berarti apabila variabel X (Kualitas Produk) bernilai nol (0), maka variabel Y (Keputusan Pembelian) bernilai 10.396.
2. Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,410. Hal ini berarti bahwa penambahan 1% dari variabel X (Kualitas Produk), diprediksi akan meningkatkan variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,410 atau sebesar 4,10%. Dalam persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk memiliki hubungan positif.
3. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena memiliki nilai signifikansi < dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$).

D. Uji t

Tabel 4 Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.396	2.759		3.768	.000		
Kualitas Produk	.410	.054	.612	7.664	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.12 di atas, maka diperbolehkan nilai t hitung sebesar 7.664 atau lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1,98422. Adapun nilai t tabel diperoleh dari rumus $df = n - k = 100 - 1 = 99$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,05% (5%). Nilai signifikan yang dihasilkan pada tabel 4.11 menunjukkan angka sebesar 0,000 atau koefisien lebih kecil dengan nilai probabilitas sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Jadi,

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan variabel kualitas Produk terdapat 13 pernyataan dan ada persentase terendah yaitu "Produk baju muslim anak De'Ray kha kids nyaman digunakan karena terbuat dari bahan/material yang baik" dengan nilai persentase 75%, dari hal tersebut diharapkan kepada pihak De'Ray kha kids untuk memilih material bahan yang nyaman untuk digunakan oleh anak – anak agar nyaman saat memakai baju muslim De'Ray khakids.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada variabel Keputusan Pembelian terdapat 8 pernyataan dan ada presentase terendah yaitu “Saya memilih produk baju muslim De’Ray kha kids karena memudahkan saya dalam melakukan pembayaran jarak jauh” dengan nilai presentase 75%, dari hal ini diharapkan pihak De’Raykha kids untuk menambahkan metode pembayaran jarak jauh seperti pembayaran melalui kredit, Kerjasama dengan bank lainnya,dll agar mempermudah konsumen yang berada di luar daerah untuk melakukan transaksi kedepannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, diperoleh hasil pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 37,5%. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan Kualitas Produk dibenak konsumen agar keputusan pembelian meningkat.

REFERENSI

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Dasar, Konsep & Strategi). Depk: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstorng, G. (2018). *Priciples Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. CV. Andi Offse
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Swastha DH, Drs, dan Irawan, Drs, MBA, 1980, *Manajemen Pemasaran*. Modern, Yogyakarta: Liberty EdisiKedua.
- Djarwanto PS