

Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Ichwan Haqqi Muhammad¹, Subakir²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
iwan.kenthung@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Populasi yang diteliti sebanyak 100 responden dengan cara menyebarkan kuisioner dan menggunakan teknik random sampling. Pengujian instrumen data yang digunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Asumsi klasik dengan Uji Normalitas Data, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedasitas. Analisis data Regresi Linear Berganda. Pengujian Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research is conducted to know the effect of occupational safety, occupational health, and safety of work satisfaction in Adidas PGRI Adi Buana University. The population was examined by 100 respondents by spreading the questionnaire and using random sampling techniques. Testing instrument data used validity test and reliability test. Classic assumption Test with Data normality test, multicholinerity test, autocorrelation test, and heteroskedasity test. Data analyst Double Linear regression. Testing hypotheses using the T test and test F. Hypothesis test was conducted using application SPSS version 26 and acquired regression equation i.e.

Keywords: Product Quaility, Product Desain and Purchase Decisions.

PENDAHULUAN

Produk sepatu yang sekarang sedang naik daun yaitu sepatu adidas. Sepatu merupakan suatu barang yang digunakan oleh konsumen untuk menutupi kaki. Dalam hal ini, masyarakat menganggap sepatu identik dengan semua konsumen, karena dengan bersepatu juga untuk tampil lebih percaya diri dengan trendi, stylish, dan juga keren. Tidak mengherankan jika para pengrajin sepatu berlomba-lomba membuat sepatu dengan kualitas produk yang sesuai dengan tren terbaru yang bersaing. Oleh sebab itu dulu hanya seperti sepatu biasa, atau hanya sekedar sepatu kulit dan sebagainya, yang dipergunakan oleh konsumen di Indonesia. Konsumen tampil gaya dengan sepatu yang tak kalah menarik dengan gaya serta kualitas yang unggul.

Produk adidas memiliki beragam produk sepatu dan perusahaan terus berusaha memberikan yang terbaik untuk kepuasan pelanggannya, agar tidak pindah kepada kompetitornya seperti Nike, dan Puma yang juga semakin rajin mempromosikan produknya. Pada upayanya untuk mempertahankan konsumen perlu adanya upaya untuk memperkenalkan produk melalui suatu komunikasi pemasaran yaitu promosi. Promosi sebagai salah satu marketing mix strategi sangat penting kaitannya dengan kesuksesan suatu produk, dimana masyarakat yang bertindak sebagai konsumen membutuhkan informasi terhadap suatu produk sebelum membelinya. Promosi menjadi sarana komunikasi antara penjual dan pembeli untuk menyampaikan manfaat dan kegunaan dari suatu produk. Diharapkan dari promosi konsumen dapat mengenal produk perusahaan tersebut. Selain kualitas produk terdapat juga trend sepatu.

Keputusan pembelian sangat berpengaruh pada produk yang ditawarkan. Oleh karena itu perusahaan sepatu harus dapat selalu memberikan produk yang bermanfaat dan memfokuskan pada kualitas produk paling tinggi untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen pasti ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Kualitas dari produk merupakan salah satu pertimbangan penting konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian Harti (2018), Saidani dkk (2013) Saraswati dkk (2015) Menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

Duduknya Adidas sebagai Top Brand Index di segmen pasar sepatu Indonesia tentu didasari beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian saat ini adalah gaya hidup. Gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Karena mereka juga memikirkan apa yang mereka pakai sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Dan Desain produk Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS MAHASISWA UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA"

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
2. Apakah Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
3. Apakah Kualitas Produk dan Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

TELAAH PUSTAKA

Landasan Teori

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan pemahaman produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

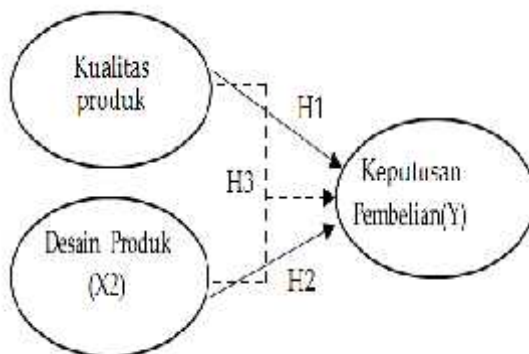
Desain Produk

Desain produk merupakan total keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen. Produk hasil desain produk kerajinan umumnya lebih menitikberatkan pada nilai-nilai keunikan, keindahan, seni dan berharkat tinggi.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. H1 : Kualitas Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. H2 : Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

3. H3 : Kualitas Produk dan Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Cooper dalam buku Dr. Sudaryono (2019), menuturkan bahwa populasi berkaitan dengan kelompok atau organisasi atau benda yang menjadi pusat perhatian yang akan diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang menggunakan sepatu adidas.

Teknik Analisa Data

Uji Validitas

Berdasarkan Sugiyono (2017:2015), Uji validitas digunakan sebagai mengukur sah, valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuisisioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyatno (2018:25), uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Hanya item valid yang masuk dalam pengujian dan menentukan apakah reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Duwi Priyatno (2018:127), menerangkan bahwa uji normalitas residual digunakan untuk apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji one sample kolmogorov, yaitu biasanya digunakan untuk poisson, uniform, dan eksponetial (Duwi Priyatno:128)

Uji Multikolinieritas

Duwi Priyatno (2018:134), mengatakan uji multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (Korelasi 1 atau mendekati 1). Metode uji multikolinieritas yang sering digunakan yaitu dilihat dari nilai tolerance dan inflantion faktor (VIV) pada model regresi.

Uji Heteros

Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Terdapat beberapa macam uji, seperti uji glejser dan metode scatterplots.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan keadaan pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Sedangkan model regresi yang baik tidak terdapat masalah dengan autokorelasi.

Analisis Data Menggunakan Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda biasanya digunakan untuk mengukur ada tidaknya hubungan antara variabel X dengan variabel Y sebagai variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Dari hasil pengujian uji validitas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan memiliki nilai hitung r-hitung dari nilai r-table dengan N=80 sebesar 0,2199 dan nilai sig <0,03. Dari hal tersebut, maka semua indikator dalam instrumen penelitian bisa dikatakan valid. Sehingga setiap item dalam kuisioner bisa digunakan untuk pengambilan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu dan dapat dilihat dari alpha cronbach. Instrumen dapat dikatakan mempunyai nilai reliabel yang tinggi apabila nilai alpha cronbach >0,6. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Uji Asumsi Klasik

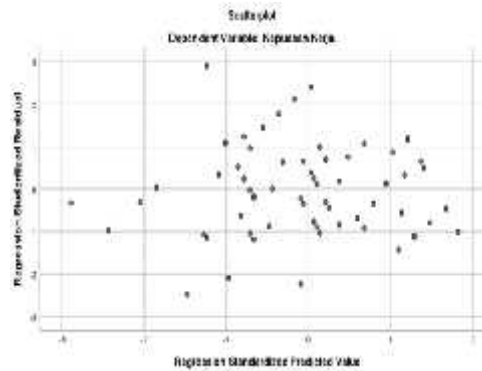
Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah nilai residual dalam sebuah model regresi variabel dependen, independen yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal apakah tidak. Diketahui nilai asymp sig ada uji normalitas sebesar 0,200% (0,200% > 0,5). Dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel Kualitas Produk sebesar 1,177 (1,177 < 10). Untuk variabel Desain Produk 1,177 (1,177 < 10).

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2: Scatterplot

Diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan baik di atas dan di bawah nol (0) dan tidak terjadi pola tertentu. Disimpulkan bahwa dalam regresi ini tidak punya heteroskedasitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian yang diperoleh bahwa nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1,918. Disimpulkan bahwa regresi linear yang ada dalam penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = 16,521 + 0,213X_1 + 0,270X_2 + e$$

Dari hasil yang didapatkan dari persamaan di atas bahwa variabel Kualitas Produk dan Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian

Uji Hipotesis

1. Diketahui dari tabel di atas nilai t-hit variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,000, dari perhitungan menunjukkan hipotesis diterima dan berpengaruh (+) dan sig dengan Keputusan Pembelian.
2. Diketahui dari tabel di atas nilai t-hitung variabel Desain Produk (X_2) sebesar 0,011 atau secara signifikan sebesar 0,011. Dari perhitungan menunjukkan hipotesis diterima dan berpengaruh (+) dan sig dengan Keputusan Pembelian.
3. Diketahui nilai F-hitung Keputusan Pembelian yaitu sebanyak 16,773 dengan nilai 0,000. Hasil dari penelitian tersebut dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang berarti Kualitas Produk dan Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian.

SIMPULAN

1. Kualitas produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian.
2. Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian.
3. Kualitas produk dan Desain produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian.

IMPLIKASI

- a. Pada Kualitas produk misalnya dengan memberikan produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas unggul kepada konsumen.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan semaksimal mungkin, agar pelanggan selalu mendapatkan kesan yang baik dan mendapatkan kepuasan sesuai apa yang diinginkan.
- c. Perusahaan harus terus meningkatkan Desain produknya agar konsumen bisa tertarik dan terpengaruh sehingga melakukan keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

Ayuningtas, Locana Dewi , 2015, Pengaruh harga, promosi, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab ezatta di royal surabaya, Jurnal pendidikan tata niaga, Vol 3, No 2

Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Buku Seru
Firmansyah, Burhanuddin dan Harti, 2018, Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian batik tulis jetis sidoarjo, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol 01, Nomor 01

Ferdinand, Augusty. 2014. Metode penelitian manajemen. BP universitas Diponegoro. Semarang

Ghozali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partail Least Squares (PLS). Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Jakarta.
Janah, Miftakul dan Dwi Urip Wahyuni "Pengaruh harga, promosi, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Dewi Hijab", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6

Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. Marketing Management 16 edition. New jersey: Pearson

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2015. "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition". England Pearson Education,
Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2014. Principle of Marketing. 15th edition New jersey: Pearson Prentice Hall.

Sangadji , Etta Mamang & Sopiah (2013). Perilaku konsumen-Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. Yogyakarta: Andi

Sugiyono 2015. Metode penelitian kombinasi (mix Methods). Bandung Alfabeta.

Saidani, Basrah dan M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan, 2013, Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah jakarta timur, Jurna Riset Manajemen Sains Indonesia (JRSMI), Vol 4, Nomor 2.

Saraswati, Made Laksmi dan Ari Pradanawati dan Wahyu Hidayat, 2015, Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan. Jurnal ilmu Administrasi Bisnis, vol 4, no. 2, Hal:137-146

Tjiptono, Fandy, 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, penerbit Andi, Yogyakarta