
Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Sepatu Merek Adidas Di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya)

Tika Yupitasari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Article History:

Received: 25 Mei 2022

Revised: 07 Juni 2022

Accepted: 07 Juni 2022

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Purchase Decision*

Abstract: *This study aims to determine the simultaneous and partial effect of product quality and service quality on purchasing decisions for Adidas brand shoes at the Gaya Foot Shop, Tasikmalaya City. The method used in this research is a survey method with a quantitative approach. The population studied were 100 respondents. The data collected in the form of primary data and secondary data. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS veris 24 software. The results showed that product quality and service quality simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes at the Gaya Foot Shop, Tasikmalaya City. Product quality, partially does not have a significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes at the Gaya Foot Shop, Tasikmalaya City. Service quality, partially has a significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes at the Gaya Foot Shop, Tasikmalaya City*

PENDAHULUAN

Perusahaan harus mampu mengembangkan suatu strategi jangka panjang untuk menghadapi kondisi kompleksitas perubahan lingkungan yang berubah dalam waktu yang singkat. Di dalam dunia pemasaran seperti halnya sebuah kompetisi, setiap perusahaan berlomba dan bersaing untuk memasarkan produknya. Hal ini menjadi perhatian berbagai macam industri, salah satunya adalah industri sepatu. Meningkatnya kebutuhan dan kesadaran konsumen dalam memilih sepatu yang sesuai dengan perkembangan style dan kebutuhan membuat perusahaan yang membuat merek seperti Adidas, Converse, Nike, Puma dan Reebok selalu bersaing untuk mendapatkan selera konsumen agar membeli produk mereka.

Toko Sepatu Kaki Gaya adalah salah satu toko sepatu yang cukup populer di Tasikmalaya dan selalu melakukan penentuan harga yang cenderung terlalu tinggi untuk menarik konsumen untuk membeli. Dengan begitu, kualitas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap proses keputusan pembelian karena kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas, dan mempertimbangkan keputusan pembelian. Kualitas sepatu merek adidas di Toko Kaki Gaya pun belum terlalu baik, hal ini diperkirakan penyebab penurunan pendapatan dari kualitas yang

kurang baik. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Namun pelayanan pada Toko Sepatu merek adidas di toko Kaki Gaya tidak selamanya baik, ada beberapa faktor yang menjadi penghambat kualitas pelayanan kepada konsumen itu dari segi lokasi ataupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Seperti halnya karyawan yang kurang merespon cepat konsumen, atau karyawan yang kinerjanya kurang produktif sehingga pelayanan kurang memuaskan bagi konsumen. Meski begitu, pelayanan Sepatu Merek Adidas di Toko Kaki Gaya tetap melakukan pelayanan dengan maksimal. Kondisi pemasaran ritel toko toko sepatu di Tasikmalaya ialah selalu setiap perusahaan mampu bersaing dan menyesuaikan apa yang menjadi strateginya dengan perusahaan lainnya agar tidak ada toko yang menjual barang sangat murah sehingga mematikan pasar toko lainnya. Untuk itu, kualitas produk di setiap toko berbeda-beda dan harus mampu bersaing. Dan konsumen dapat merubah keputusan pembeliannya dengan membandingkan kualitas produk yang ada dan kualitas pelayanan yang menarik konsumen. Berikut data penjualan sepatu Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya :

Tabel 1. Data Penjualan Sepatu Adidas Di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya
Bulan Januari – Mei Tahun 2021

Bulan	Minggu	Pcs	Total
Januari	1	40	164
	2	38	
	3	41	
	4	45	
Februari	1	45	153
	2	40	
	3	33	
	4	35	
Maret	1	30	119
	2	28	
	3	30	
	4	31	
April	1	25	110
	2	28	
	3	27	
	4	30	
Mei	1	33	102
	2	25	
	3	23	
	4	21	

Sumber :survei pada Toko Kaki Gaya kota Tasikmlaya (2021)

Pada Tabel 1. terlihat bahwa penjualan sepatu Adidas mulai mengalami penurunan total penjualan pada bulan Maret sampai Mei tahun 2021. Di setiap minggunya penjualan sepatu Adidas mengalami ketidakstabilan, kadang mengalami kenaikan kadang mengalami penurunan

penjualan atau fluktuasi. Dan pada setiap bulannya cenderung menurun. Ini berarti penjualan sepatu Adidas mengalami penurunan setiap bulannya sejak bulan Januari sampai Mei tahun 2021.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2015:17) menjelaskan bahwa :

“Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Adapun menurut Sugiyono (2015:45):

“penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya kota Tasikmalaya, dapat menggunakan koefisien determinasi (r^2) atau menggunakan rumus $kd = r^2 \times 100\%$. Dari Tabel *model summary* diperoleh angka *R square* sebesar 0,502. *R square* dapat juga disebut koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar *R square* maka akan berpengaruh pada keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya. Dari perhitungan di dapat *R square* 0,502 atau 50,2% dimana hal ini berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya. Semakin bagus kualitas produk dan kualitas pelayanan pada sepatu merek Adidas maka keputusan pembelian cenderung meningkat. Sedangkan sisanya yaitu $100\% - 50,2\% = 49,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya secara simultan dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 24 pada Tabel ANOVA diketahui Fhitung adalah sebesar 48,888 dan nilai signifikan ($,000^b$) $\leq \alpha$ (α) (0,05). Berdasarkan hasil perhitungan maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Diterimanya hipotesis alternative (H_a) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada Tabel *coefficients* (lampiran 6,

hal.139) diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas produk (X1) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,312 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara kualitas produk (X1) dengan keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan kualitas produk (X1) tidak meningkatkan keputusan pembelian (Y). Maka besar pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 9,73% [$Kd = (0,312)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan berdasarkan Tabel *coefficients*. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai signifikan $(0,002) \leq \alpha$ (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya kualitas produk sangat membantu tercapainya keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *coefficients* (lampiran 6, hal.139) diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,292 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan kualitas pelayanan (X2) akan meningkatkan keputusan pembelian (Y). Maka besar pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 8,52% [$Kd = (0,292)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan berdasarkan Tabel *coefficients*. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai sig $(0,003) \leq \alpha$ (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya kualitas pelayanan sangat membantu tercapainya keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk sepatu merek Adidas pada Toko Kaki Gaya di kota Tasikmalaya termasuk pada kategori bagus dari penilaian konsumennya. Kualitas pelayanan pada Toko Kaki Gaya di kota Tasikmalaya termasuk pada kategori bagus , hal ini berarti kualitas pelayanan pada Toko Kaki Gaya di kota Tasikmalaya bagus karena kualitas pelayanannya baik. Keputusan pembelian pada Toko Kaki Gaya termasuk kategori bagus, hal ini berarti keputusan pembelian pada sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya dapat diterima dengan bagus oleh konsumennya.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) pada sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y) pada sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.

4. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada sepatu merek Adidas di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, Iqbal Fajrin. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat*. Skripsi. Universitas Perjuangan: Tasikmalaya. (Tidak Dipublikasi).
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 3 No. 2. Juni 2018.
- Bayu Rifa'i, Ni Wayan Eka Mita Riani, I Gusti Ayu Imbayani. 2017. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar*.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Publisher: Yogyakarta.
- Ena, Maria Yalinta. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chez Cafe*.