

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS MEREK CONVERSE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KANJURUHAN MALANG

Hori Andayani

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang)

e-mail: Horihandayani@gmail.com

Iva Nurdiana Nurfarida

Rusno

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang)

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek converse pada mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang. penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, populasinya adalah Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang, metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Pengambilan Data diambil menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert, analisisnya menggunakan regresi linier berganda. Hasil ini menunjukkan variabel citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian, karena dilihat dari hasil uji F. citra merek mempengaruhi secara parsial keputusan pembelian, karena hasil uji t. sedangkan harga dan kualitas produk juga mempengaruhi keputusan pembelian dilihat dari hasil uji parsial.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya dunia bisnis, sepatu bukan hanya lagi sebagai salah satu pemenuhan keinginan melainkan juga sebagai salah satu unsur kebutuhan didalam bidang *fashion* pada mahasiswa, hal ini juga membuat para produsen melihat keinginan dan kebutuhan dari konsumen dijadikan sebagai salah satu peluang untuk menciptakan sebuah produk.

Sepatu merupakan salah satu alat pengalas kaki yang berfungsi untuk melindungi kaki. merek yang diciptakan oleh perusahaan harus memiliki unsur yang mudah diingat oleh konsumen agar bisa memberikan keyakinan positif. Selain itu Harga juga menentukan keberhasilan sebuah bisnis karena dengan harga yang begitu menyesuaikan dengan kemampuan konsumen dan kualitas produk yang akan diterima maka konsumen akan tertarik pada produk tersebut. Harga sering kali digunakan konsumen untuk menentukan pilihan.

Harga sangat penting didalam sebuah keputusan pembelian pada konsumen karena jika kualitas produk yang akan ditawarkan perusahaan sesuai konsumen akan melakukan pembelian ulang atas produk tersebut.

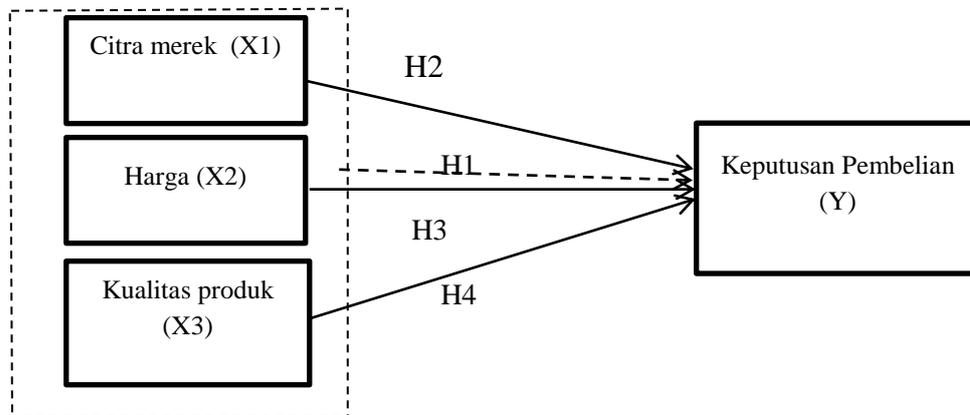
TINJAUAN PUSTAKA

Kotler & Amstrong (2016) bagian dari perilaku konsumen yang berkaitan dengan bagaimana individu, membeli, menggunakan barang atau jasa yang memuaskan keinginannya adalah keputusan pembelian.

Menurut Ketrabaya (2010) citra merek adalah bagian dari *value indicator* karena dengan *brand* yang digunakan bisa menciptakan dan menambah *value* pada produk, perusahaan dan bahkan Negara. Kotler dan amstrong (2010) yang dibebankan oleh konsumen atas barang yang berupa sejumlah uang adalah harga.

Menurut alferd (2013) kemampuan yang dimiliki suatu produk yang berfungsi untuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dan perbaikan yaitu kualitas produk.

KERANGKA KONSEPTUAL



Sumber : data diolah 2020

Keterangan:  : secara parsial
 : secara simultan

HIPOTESIS

1. Citra merek, Harga dan Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepatu converse Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang.
2. Citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sepatu converse Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang.
3. Harga mempengaruhi keputusan pembelian sepatu converse Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang.
4. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian converse Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Ferdinand (2011) bahwa ukuran sampel 100-200 berpedoman 5-10, penelitian ini jumlah sampelnya adalah $6 \times 17 = 102$ responden. menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis terdiri dari uji f, uji t dan uji determinasi.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji normalitas dengan garis putus-putus yang menyebar mengikuti garis diagonal hal ini berarti data berdistribusi normal.
 - b. Uji Heteroskedastisitas titik menyebar dibawah 0 sumbu Y artinya bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.
 - c. Uji Multikolinieritas variabel bebas memiliki nilai tolerance $> 0,1$ yaitu 0,936, 0,37, 0,997 nilai VIF < 10 yaitu 1,068, 1,067 dan 1,003 jadi tidak terjadi multikolinieritas.
2. Uji Hipotesis
 - a. Uji f
jika nilai sig f $0,014 < 0,05$ menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
 - b. Uji t

Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang

Citra merek menunjukkan nilai $t = 0,006 < 0,05$ berarti ada pengaruh signifikan dari citra merek sedangkan harga menunjukkan nilai $sig = 0,041 < 0,05$ berarti ada pengaruh signifikan dari harga terhadap keputusan

pembelian, kualitas produk menunjukkan nilai $t = 0,018 < 0,05$ berarti ada pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

- a. Nilai konstanta 38,425 angka tersebut menunjukkan tingkat keputusan pembelian yang diperoleh.
- b. Citra merek mempunyai nilai 0,670 artinya kenaikan X_1 sebanyak 1 akan berpengaruh sebesar 0,670 terhadap keputusan pembelian (Y) oleh karena itu semakin bagus citra merek.
- c. Harga mempunyai nilai -0,335 dengan nilai negatif artinya bahwa keputusan pembelian akan menurun sebesar -0,335 oleh karena itu semakin tinggi harga.
- d. Kualitas produk mempunyai nilai -0,132 dengan nilai negatif artinya setiap peningkatan kualitas produk 1 kali keputusan pembelian akan menurun sebesar -0,132 oleh karena itu jika kualitas produk rendah.

4. Uji determinasi

Diketahui besarnya nilai R^2 0,480 atau 48% berarti kemampuan variabel bebas mempengaruhi secara bersama.

PEMBAHASAN

Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis pengujian statistik dalam penelitian menunjukkan citra merek, harga dan kualitas mempengaruhi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dengan menunjukkan bahwa signifikan pada uji f lebih besar dari kesalahan. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis yang dinyatakan diterima.

Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis sebelumnya telah diketahui hubungan antara citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif. dapat disimpulkan bahwa citra merek sudah tertanam dibenak mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang karena dapat dilihat dari faktor yang mempengaruhi dan bisa diterima oleh mahasiswa dan konsumen lainnya.

Penjelasan diatas memiliki arti ketika perusahaan ingin meningkatkan pembelian pada produk, hal yang perlu dilakukan yaitu meningkatkan citra perusahaan agar lebih baik. Semakin Tingginya citra perusahaan yang di dapatkan para konsumen, maka akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen yang semakin naik pula. Oleh karena citra perusahaan merupakan hal yang paling utama yang mejadi keputusan konsumen.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil statistik menunjukkan artinya jika konsumen melakukan pembelian dan juga memiliki hubungan yang negatif. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa harga juga merupakan hal yang paling penting dalam menilai konsumen untuk memutuskan pembelian suatu barang.

Penjelasan diatas memiliki arti jika perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian suatu barang perusahaan juga akan memberikan harga suatu barang sesuai dengan kualitas dan citra merek yang ada dalam suatu perusahaan, didalam hasil analisis diatas menunjukkan bahwa harga memiliki nilai yang negatif.

Pengaruh kualitas poduk terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis menggunakan statistik menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara parsial yang artinya bahwa hal itu yang sangat penting diperhatikan sebelum dalam melakukan keputusan pembelian. hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang negatif. Yang memiliki arti bahwa jika kualitas suatu produk turun maka minat konsumen akan suatu barang akan turun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang Pengaruh Citra merek, Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek converse pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang, dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang

1. Berdasarkan analisis yang dilakukan secara simultan menunjukkan hasil yang positif.
2. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian yang bernilai positif. Sedangkan secara parsial memiliki pengaruh yang negatif antara harga terhadap keputusan pembelian.

SARAN

Berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian yang ada pada mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang, jadi terdapat saran dalam penelitian ini:

1. Sepatu sneakers merek converse harus mampu menunjukkan memberikan keunggulan yang lebih baik lagi dari sepatu merek lain.
2. Sepatu sneakers merek converse harus mampu memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen sehingga konsumen tetap tertarik dengan loyal terhadap produk sepatu sneakers merek converse.
3. Untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan variabel-variabel terbaru yang bisa mempengaruhi seperti kualitas pelayanan dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Liga, Mananeke dan Janteje 2014. *Minahasa sonder Center di Bentenan keputusan konsumen yang berpengaruh terhadap kualitas produk, harga dan promosi.*
- Kertajaya. 2010. *Operation Jakarta Branda : Esensi Group Erlangga.*
- Kotler & Armstrong. 2010: *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Mohamad Rizan 2017. *Indonesia PT Schneider produt transformer decision purchase on risk perceiver and w product, price, brand image of the influence.*