

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Study Pada Pelanggan Toko Aneka Sport Di Jl.Kalpataru Kota Malang)

Arman Tijar*)
Agus Widarko)**
M. Khoirul Anwarudin Broto Suharto*)**

Email : armantijar07@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality, and price on purchasing decisions. The independent variables used are product quality, service quality, and price, while the dependent variable is purchasing decisions. The sample used in this study was 75 respondents.

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

Pendahuluan

Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini kian pesat. Hal ini ditandai dengan mulai bermunculannya aneka ragam merek dan produk yang tersedia di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Keberadaan aneka ragam merek dan produk ini secara langsung mengakibatkan persaingan diantara pelaku usaha yang mewajibkan mereka untuk mengeluarkan segala kemampuan dan cara terbaik agar dapat unggul dari pesaingnya di pasar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan konsep salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 1997).

Menurut Kotler (2008:354) “kualitas produk adalah senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk”.

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan.

Harga merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan

oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) “Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka mencoba mengangkat kedalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” Study pelanggan toko aneka sport malang di Jl. Kalpataru Kota Malang”

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang.

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen perusahaan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas kepada peneliti mengenai masalah yang diteliti, serta dapat memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari semasa perkuliahan kedalam permasalahan nyata yang dihadapi perusahaan dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang sudah ada dengan kenyataan yang sebenarnya.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2010: 346) “produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, sedangkan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.”

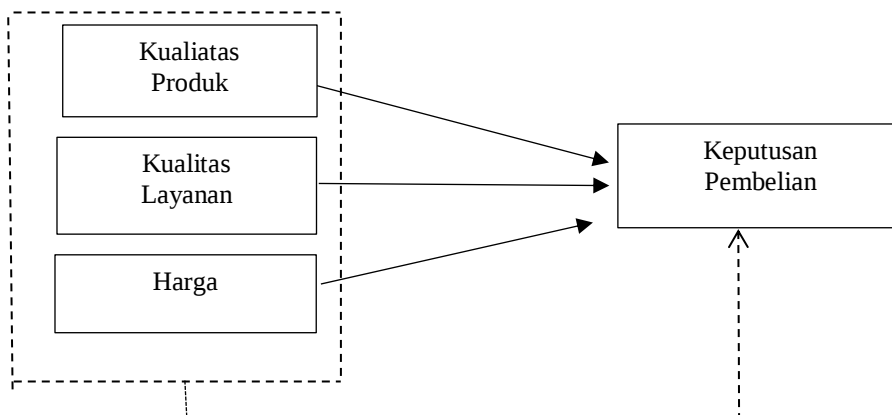
Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan juga sangat penting untuk membuat para konsumen memutuskan untuk membeli produk perusahaan. Menurut Tjiptono (2009) “Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.”

Pengertian Harga

Menurut Sastradipoera (2003: 141) “harga adalah hasil pertemuan dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh permintaan dan penawaran di pasar”. Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 314) “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”

Karangka Konseptuan



Hipotesis

- H1 = Kualitas Produk, Kualitas layanan, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko aneka sport malang.
- H2 = Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko aneka sport malang.
- H3 = Kualitas layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko aneka sport malang
- H4 = Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen di toko aneka sport malang.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan toko aneka sport malang selama satu bulan sebanyak 300 orang.

Devinisi Operasional Variabel

1. Kualitas Produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjual belikan.

2. Kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan disini adalah kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
3. Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut.
4. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,792	0,1927	Valid
		Y2	0,793	0,1927	Valid
		Y3	0,819	0,1927	Valid
2.	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,758	0,1927	Valid
		X1.2	0,781	0,1927	Valid
		X1.3	0,874	0,1927	Valid
		X1.4	0,609	0,1927	Valid
3.	Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,783	0,1927	Valid
		X2.2	0,670	0,1927	Valid
		X2.3	0,742	0,1927	Valid
4.	Harga (X3)	X3.1	0,822	0,1927	Valid
		X3.2	0,764	0,1927	Valid
		X3.3	0,751	0,1927	Valid
		X3.4	0,756	0,1927	Valid

Berdasarkan tabel di atas dikatakan valid, dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r table (tingkat signifikan sebesar 0,05).

b. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbachalpha	Keterangan
1.	Keputusan Pembelian (Y)	0,720	Reliabel
2.	Kualitas Produk (X1)	0,666	Reliabel
3.	Kualitas Layanan (X2)	0,766	Reliabel
4.	Harga (X3)	0,763	Reliabel

Maka dari hasil uji Reliabilitas tersebut Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang di gunakan dalam penelitian ini mempunyai hasil yang reliabel. Dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,6.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,26995655
Most Extreme Differences	Absolute	,131
	Positive	,059
	Negative	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,138
Asymp. Sig. (2-tailed)		,150

Berdasarkan tabel diatas ditunjukkan bahwa dari variabel dependen dengan nilai *kolmogrov-smirnov* 0,150 berdasarkan signifikansi 0,766 nilai tersebut diatas $\alpha = 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa data telah berdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,961	1,620		-,593	,555		
X1	,232	,094	,241	2,464	,016	,707	1,415
X2	,233	,119	,187	1,947	,055	,732	1,367
X3	,394	,093	,443	4,220	,000	,613	1,630

Berdasarkan Tabel diatas hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga memiliki nilai lebih besar dari 0,1 dan dari ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi *multikolinieritas* antar variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,463	1,398		1,762	,082
X1	,091	,081	,154	1,124	,265
X2	-,126	,103	-,165	-1,222	,226
X3	-,087	,081	-,158	-1,076	,285

Dari paparan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami *heteroskedastisitas* karena tingkat signifikansi dari setiap variabel lebih dari 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,961	1,620		-,593	,555
X1	,232	,094	,241	2,464	,016
X2	,233	,119	,187	1,947	,055
X3	,394	,093	,443	4,220	,000

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \epsilon$$

$$Y = -0,961 + 0,232 X_1 + 0,233 X_2 + 0,394 X_3 + e$$

Uji Hipotesis

a. Uji f (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,000	3	43,000	25,581	,000(a)
	Residual	119,346	71	1,681		
	Total	248,347	74			

Berdasarkan hasil tabel di atas, terlihat bahwa nilai F hitung 25,581 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, dalam penelitian ini variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan harga (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,961	1,620		-,593	,555
X1	,232	,094	,241	2,464	,016
X2	,233	,119	,187	1,947	,055
X3	,394	,093	,443	4,220	,000

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (*independent*) seperti, Kualitas produk (X_1), Kualitas layanan (X_2), Harga (X_3), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721(a)	,519	,499	1,29651

Berdasarkan Tabel di atas di peroleh angka R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,499 atau sebesar 49,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan dari variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 49,9% sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil yang diperoleh untuk variabel keputusan pembelian di uji F menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian dapat diketahui t hitung sebesar 2,464 dengan nilai signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menyatakan bahwa variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian dapat diketahui t hitung sebesar 1,947 dengan nilai signifikansi 0,055 lebih besar dari 0,05. Artinya H_0 diterima dan H_3 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian dapat diketahui memiliki t hitung sebesar 4,220 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian pada uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko Aneka Sport Malang.
2. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian Konsumen.
3. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen.
4. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Harga sangat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan atau keterbatasan, di antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.
2. Berdasarkan hasil uji *R square* yang rendah 49.9% artinya masih terdapat banyak variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak
3. dimasukkan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti tata letak toko, promosi dan juga sampel dapat di perbanyak lagi

Saran

Beberapa keterbatasan dapat mempengaruhi hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

- a. Bagi Perusahaan
Toko Aneka Sport Malang perlu terus meningkatkan Kualitas Produk, kualitas Layanan, dan Harga mengingat kompetitornya semakin banyak untuk itu perlu adanya peningkatan tersebut.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel dan variabel penelitian agar mendapat hasil yang lebih maksimal.

Daftar Pustaka

- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*. Jakarta: FEUI.
- Cooper, Donal R. dan Pamela S. Schindler. 2006. *Metode riset bisnis*. Volume 2 Ahli bahasa Bujianto dan Didik Djuanedi. PT Media Global Edukasi : Jakarta.
- Eydora, Qornabel Husaen., Rachma n., dan Muhammad huftron. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar Kartika). *e – Jurnal Riset Manajemen prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*. Pp 86-101
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba empat.
- Susanto, Agus. 2013. *Pengaruh Promosi, Harga, Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Karangmlati Demak*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks Group Gramedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta

Arman Tijar*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Agus Widarko**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

M. Khoirul Anwarudin Broto Suharto***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma