

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU KW (IMITASI) DI PASAR KLITHIKAN YOGYAKARTA

Oleh

Deni Dwi Mahendra

Program S1 MANAJEMEN Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRAK

Deni Dwi Mahendra. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu KW (Imitasi) Di Pasar Klithikan Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta. Januari 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Klithikan Yogyakarta. Model pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan yang dilakukan dengan sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, citra merek, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta secara parsial maupun secara simultan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 41,1%, berarti keputusan pembelian terhadap pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta di pengaruhi oleh variabel harga, citra merek, dan kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 58,9% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : Harga, Citra merek, Kualitas Produk, dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

Deni Dwi Mahendra. Factors that influence purchasing decisions KW (imitation) shoes on the Market Klithikan Yogyakarta. Skripsi. Faculty of economics, PGRI University of Yogyakarta. January 2017.

This study aims to determine how much influence the price, brand image, and product quality on purchasing decisions KW (imitation) shoes on the Market Klithikan Yogyakarta.

This research was conducted in Yogyakarta Klithikan Market. Methods of data collection using the method of observation, interviews, questionnaires and literature study were carried out systematically by the research objectives. Methods of analysis using multiple regression analysis, using the F test and t test.

The results showed that the variables of price, brand image, and product quality has a significant influence on purchase decisions KW (imitation) shoes on the Market Klithikan Yogyakarta partially or simultaneously.

The coefficient of determination of 41,1%, meaning the purchase shoes KW (imitation) in Yogyakarta Klithikan Market is influenced by the variable price, brand image, and product quality. While the remaining 58,9% is influenced by other variables outside the research.

Keywords : Price, Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumen menyangkut berbagai factor dalam dimensi kehidupan manusia yang berbeda-beda, sehingga akan selalu muncul fenomena-fenomena baru di dalam pola perilaku konsumen selama kegiatan perekonomian masih berjalan. Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari. Proses pengambilan keputusan membeli sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan.

Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian penulis dan mungkin pula menarik perhatian banyak orang yaitu fenomena peredaran produk-produk tiruan, barang kwalitet (KW). Salah satu bukti yang dapat kita lihat di lapangan yaitu semakin meningkatnya konsumen maupun produsen produk-produk imitasi atau tiruan diberbagai tempat, dan bahkan nama merk asli juga ikut ditiru bahkan sama agar dapat meningkatkan penjualan. Terlepas dari legal dan ilegalnya model jual beli semacam ini, kita dapat melihat dengan jelas bahwa tempat-tempat produk tiruan, KW, imitasi tidak pernah sepi dari kegiatan transaksi jual beli.

Pasar Klithikan Yogyakarta merupakan salah satu contoh tempat/lokasi sentra perdagangan produk imitasi atau tiruan yang terkenal dikota Yogyakarta. Pasar Klithikan Yogyakarta merupakan pasar yang dikunjungi konsumen dalam jumlah yang relatif besar dan ramai setiap harinya. Keunggulan pasar tersebut adalah lokasi pasar yang mudah dijangkau, sehingga menjadikan tempat tersebut menjadi salah satu

tempat favorit untuk berbelanja bagi masyarakat Yogyakarta maupun luar daerah. Keunggulan lainnya adalah penjual yang melayani sangat ramah sehingga menarik konsumen untuk datang kesana. Pasar Klithikan Yogyakarta tidak hanya menjual barang barang imitasi atau disebut kwalitet saja, namun juga menjual barang barang bekas maupun baru mulai dari onderdile sepeda motor, sepatu, sandal, sepeda, tas, kamera, sampai handphone. Dalam penulisan ini akan membahas tentang produk sepatu KW (imitasi) yang dijual di pasar Klithikan Yogyakarta yang produk nya kini beredar luar dikalangan masyarakat luas. Apakah dikarenakan harga sepatu imitasi yang merk nya sama dengan yang asli relative lebih murah dari sepatu asli, atau barang yang mereka jual memiliki kualitas produk yang cukup bagus, ataupun gaya hidup dari konsumen sepatu kw yang menginginkan sepatu ber merek (original) akan tetapi mempunyai dana yang kurang untuk membeli sehingga beralih ke sepatu kw dengan bentuk dan merek yang sama.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Dari penjelasan diatas penulis dapat merumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan?

2. Apakah citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan?
4. Apakah harga, citra merk, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan.
2. Menganalisis pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan.
4. Menganalisis pengaruh harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu KW di Pasar Klithikan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Dan manfaat penelitian tersebut tertera sebagai berikut:

1. Sebagai informasi didalam usaha untuk meningkatkan penjualan melalui perilaku konsumen.

2. Sebagai tambahan referensi guna mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran yang terkait dengan keputusan pembelian.
3. Sebagai tambahan bahan referensi untuk mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi kalangan umum.
4. Sebagai bahan evaluasi bagi pihak perusahaan atau sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait pada perusahaan.

Kajian Pustaka

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Stoner, 2006).

Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan berpindahnya barang dari produsen pertama ke konsumen terakhir Kotler and Keller (2009). Sedangkan Philip Kotler (2009), mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan (Assauri, 2008).

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Menurut Peter dan James (2014 : 48) keputusan pembelian merupakan

proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, membuat pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan setelah membeli.

Keputusan pembelian pada produk adalah suatu hal yang sangat erat berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting didalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui apa yang ada didalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sesudah, dan setelah melakukan pembelian.

Tjiptono(2008:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler(2002:160) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk dan jasa.

Menurut Aaker dalam Simamora (2004), “citra merek adalah seperangkat asosiasi yang unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Asosiasi-asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang dijanjikan kepada konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Lupiyoadi (2001: 144) konsep

kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu KW (imitasi). Pengamatan ini pada konsumen yang membeli sepatu KW (imitasi) yang ada di dalam Pasar Klithikan Yogyakarta.

Data yang diperoleh adalah dengan uji coba instrument dengan uji validitas dan reliabilitas dengan 30 responden, setelah melakukan uji coba instrument peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan analisis linier berganda, yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen. Sedangkan untuk melakukan pengujian hipotesis digunakan alat uji yaitu uji t, uji F dan Koefisien Determinasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sub variabel	Koefisien regresi (b)	T-hitung	Sig	Kesimpulan
Harga	0,165	2,703	0,008	Signifikan
Citra merek	0,163	2,601	0,011	Signifikan
Kualitas produk	0,146	2,484	0,015	Signifikan
Konstanta = 7.648				
Adj. R square = 0,411				
F ratio = 24.064, sig F = 0,000				
Dependen variabel = keputusan pembelian				

Berdasarkan uji hipotesis yang digunakan dengan responden 100 orang dan menggunakan analisis linier berganda di peroleh bahwa Koefisien regresi variabel harga (X1) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,165. Koefisien regresi variabel citra merek (X2) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,163. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X3) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,146.

Dan hasil uji F dengan perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 24,064 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama hipotesis yang menyatakan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan didukung oleh hasil penelitian. Untuk uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan masing-masing variabel bebas (harga, citra merek, dan kualitas produk) berada dibawah 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta secara parsial dan dapat diterima kebenarannya.

Sedangkan hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,411. Hal ini berarti 41,1% Keputusan pembelian dipengaruhi harga, citra merek, dan kualitas produk, sedangkan sisanya 58,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah terbukti bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk secara individu dan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofyan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Cetakan Kedelapan. Penerbit: Raja Grafindo. Jakarta.
- Ghozali, Iman. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Cetakan ke-12. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandt. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi.