

ANALISA PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN

(Study kasus pada Hokky Swalayan di Surabaya)

Frengki Adi Susanto

IGN Anom Maruto

Rachmawati Novaria

ABSTRACT

This research entitled “ The Influence Factor of Price, Product Quality and Product Completeness on Purchase Decision (Case Study At Hokky Supermarket in Surabaya) “. The population in this study were consumers who had been shopping at Hokky Swalayan in Surabaya aged 17 year. Sampel taken as many as one hundred respondents. The variables used are price, product quality, product completeness and purchasing decision.

This result can be concludes as follows: There is influence of individual price toward purchasing decision proven and accepted reality of partial test result (t) obtained with significant level $<0,05$, there is individual influence of product quality to purchasing decision proven and accepted reality partial test result (t) is obtained with significant level $<0,05$, there is individual influence of product completeness to proven purchasing decision and accept reality of partial test result (t) obtained with significant level $<0,05$.

This shows that there are problem with purchasing decisions. The main problem to note is the price factor that still many weakness because is that the lowers level of influence than the factor of product quality and completeness of the product.

Keywords : Price, Product Quality, Product Completeness and Consumer Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Di era yang modern ini swalayan yang di buka terutama di kota Surabaya perusahaan selalu memperhatikan dalam segala hal termasuk dalam hal sekecil apapun agar dapat memenangkan persaingan yang sangat ketat. Tak heran perusahaan selalu memikirkan ide – ide yang baru untuk menarik daya minat konsumen untuk membeli. Banyak juga perusahaan yang berfokus pada kebutuhan primer maupun sekunder dinilai dari segi harga, kualitas dan kelengkapan produk sehingga konsumen tidak hanya merasa senang dan puas tetapi dapat menimbulkan loyalnya konsumen.

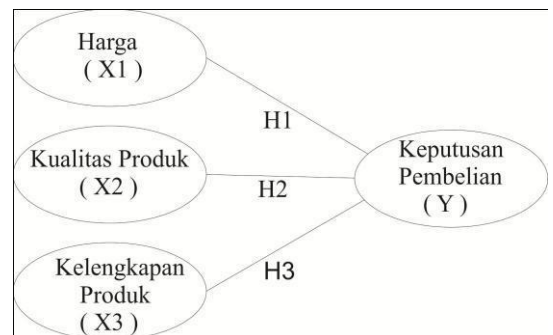
Dalam hal itu terdapat banyak sekali persain – pesaing perusahaan baru yang bermunculan yang ada di Indonesia. Inovasi baru sangatlah penting tanpa adanya inovasi perusahaan kemungkinan besar tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan yang mampu memberikan inovasi baru kepada konsumen.

Berdasarkan adanya masalah pada minat beli dari data yang diperoleh di Hokky Swalayan maka dari permasalahan diatas peneliti dapat melakukan penelitian

dengan judul “ Analisa Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian konsumen (study kasus pada Hokky Swalayan di Surabaya)

Kerangka Dasar Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan adanya variable bebas yaitu X1 (Harga), X2 (Kualitas Produk) dan X3 (Kelengkapan Produk) terhadap variable terikat yaitu Y (Keputusan Pembelian Konsumen)



Hipotesis

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H3 : Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Populasi

Populasinya adalah konsumen yang berbelanja di Hokky Swalayan Surabaya.

Sampel

Dalam penelitian ini sampel menggunakan konsumen yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti pada saat meneliti.

Analisis Dan Pembahasan

Karakteristik respondent berdasarkan usia Tabel Usia Respondent

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-30	40	40,0	40,0	40,0
	31-50	58	58,0	58,0	98,0
	50>	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis 2018

Dilihat dari tabel usia respondent diketahui bahwa yang sering membeli di hokky swalayan di Surabaya di dominasi oleh respondent yang berusia 31 tahun – 50 tahun dengan presentase sebesar 58,0%, lalu diikuti oleh respondent yang berusia 17 tahun – 30 tahun dengan presentase 40,0% dan 2,0%

di dominasi yang berusia >50 tahun.

Karakteristik respondent berdasarkan jenis kelamin

Tabel jenis kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	45	45,0	45,0	45,0
	perempuan	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis 2018

Berdasarkan dari tabel jenis kelamin dapat diketahui bahwa dari penelitian ini total ada 100 responden menunjukkan jumlah jenis kelamin laki – laki dengan presentase 45% dan jenis kelamin perempuan menunjukkan presentase 55%. Dengan ini dapat disimpulkan jenis kelamin responden sering membeli di Hokky Swalayan di Surabaya di dominasi berjenis kelamin perempuan.

Karakteristik respondent berdasarkan pekerjaan

Tabel status pekerjaan respondent

		Status Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	31	31,0	31,0	31,0
	Wirausaha	51	51,0	51,0	82,0
	Mahasiswa	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis 2018

Dari hasil yang diketahui dengan presentase sebesar 51%, pada tabel status pekerjaan selanjutnya diikuti oleh respondent respondent diketahui bahwa yang sebagai karyawan dengan sering membeli di Hokky Swalayan dengan presentase sebesar 31% dan di Surabaya adalah yang mahasiswa dengan presentase 18% pekerjaanya sebagai wirausaha

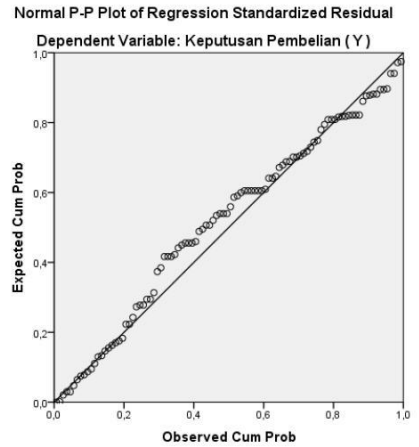
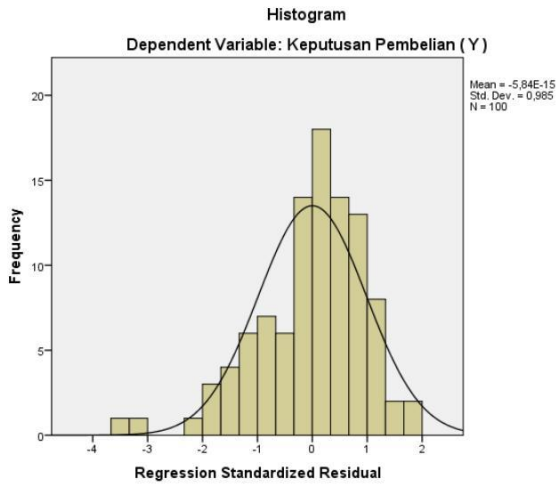
Karakteristik respondent berdasarkan pendapatan setiap bulan

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid dibawah 3jt	19	19,0	19,0	19,0
3jt - 5jt	32	32,0	32,0	51,0
diatas 5jt	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis 2018

Berdasarkan tabel pendapatan per-bulan di atas bahwa dapat disimpulkan yang sering membeli di Hokky Swalayan di Surabaya di donimasi oleh respondent yang berpendapatan di atas 5.000.000 dengan presentase (49%), selanjutnya di ikuti oleh respondent berpenghasilan Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 dengan presentase (32%), dan yang terakhir (19%) adalah respondent yang berpendapatan dibawah Rp.3.000.000.

UJI NORMALITAS



Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis 2018

Hasil pada tabel uji normalitas dapat disimpulkan bahwa tabel tersebut dikatakan normal karena kedua tabel tersebut yaitu tabel Histogram dan tabel

plot menunjukkan pola distribusi melenceng ke kiri dengan demikian dapat disimpulkan kembali model regresi yang memenuhi syarat asumsi normalitas.

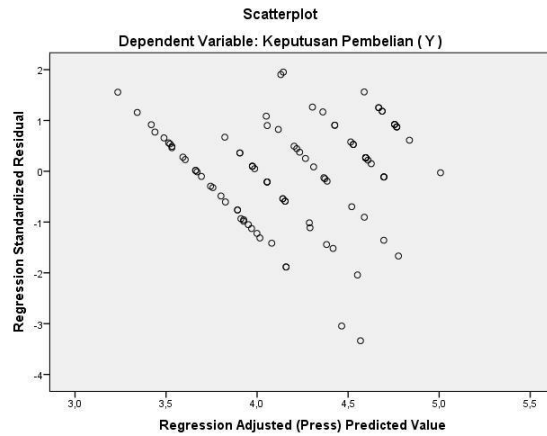
UJI MULTIKOLINERITAS

		Coefficients ^a				
		Correlations			Collinearity Statistics	
Model		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Harga (X1)	,635	,361	,203	,679	1,473
	Kualitas Produk (X2)	,768	,666	,469	,715	1,398
	Kelengkapan Produk (X3)	,542	,414	,238	,824	1,213

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis, 2018

Bisa dilihat pada tabel uji nilai pada VIT yang didapat berada di bawah 10,00. multikolinieritas bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena semua variabel memiliki angka di atas 0,001 pada nilai tolerance dan Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada tabel secara acak dan tidak membentuk Heteroskedastisitas disimpulkan pola. tidak terjadi heteroskedastisitas karena dalam model regresi ini, titik-titik pada scetterplot menyebar

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,082	,345		-3,137	,002
Harga (X1)	,269	,071	,246	3,791	,000
Kualitas Produk (X2)	,659	,075	,554	8,751	,000
Kelengkapan Produk (X3)	,319	,072	,263	4,450	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis, 2018

Bisa dilihat dari uji regresi bahwa perolehan konstanta sebesar 1,082 dengan koefisien regresi sebesar 0,269 untuk X1, koefisien regresi X2 yaitu 0,659, koefisien regresi X3 yaitu 0,659. Sehingga dapat diketahui data :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 1,082 X_1 + 0,269 X_2 + 0,319$$

X3

UJI KORELASI (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,851 ^a	,724	,716	,25741

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk (X3), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis, 2018

Dari tabel diatas terlihat adanya korelasi yang kuat antara semua variable independent terhadap variable dependent terbukti interval koefisien sebesar 0,851%.

Uji Determinasi (R^2)

R Square (R^2) diperoleh 0,724 menunjukkan koefisien determinasi berasal dari (0,851 x 0,851) dalam persamaan regresi menunjukkan jika pengaruh variable independent terhadap variable dependent yaitu 72,4% dan sisanya 27,6% dipengaruhi oleh variable lain.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,727	3	5,576	84,150	,000 ^b
	Residual	6,361	96	,066		
	Total	23,088	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk (X3), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis, 2018

Berdasarkan uji F sebesar 84,150 sedangkan nilai sig yaitu 0,000 maka disimpulkan secara bersama-sama variable independent terdapat pengaruh terhadap variable dependent karena $F < \alpha$ ($0,000 < 0,05$).

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,082	,345		-3,137	,002
	Harga (X1)	,269	,071	,246	3,791	,000
	Kualitas Produk (X2)	,659	,075	,554	8,751	,000
	Kelengkapan Produk (X3)	,319	,072	,263	4,450	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Kuesioner diolah penulis, 2018

Dapat di tarik kesimpulan pada tabel coefficients bahwa semua variable independent terbukti berpengaruh secara parsial terhadap variable dependent karena semua nilai sig yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kesimpulan

Bedasarkan penelitian , penulis menulis kesimpulan sebagai berikut

Dapat disimpulkan bahwa yang sering berbelanja di hokky swalayan di surabaya adalah perempuan dengan pekerjaan sebagai wirausaha dengan pendapatan rata – rata di atas 5.000.000 dan semua variable independent terbukti memiliki pengaruh pada variable dependent, dan memiliki pengaruh yang kuat yaitu sebesar 72,4% dan sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Daftar Pustaka

Aan, Nugroho, 2009, Aplikasi Sistem Informasi Jasa Usaha Laundry, Tugas Akhir, S1 Sistem Informasi, Universitas Narotama, Surabaya.

Peter, Olson. 2005. Consumer Behaviour & Marketing Strategy. New York: McGrawHill.