JUKIM
ADMI Jurnal Ilmiah Multidisiplin

JURNAL JUKIM Vol 1 No. 5 September 2022 | P-ISSN: 2829-0488 E-ISSN: 2829-0518, Halaman 19-28

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS

Suwardi[1], Ravika Berliana[2]
[1] Ekonomi, suwardi@staff.gunadarma.ac.id , Universitas Gunadarma
[1] Ekonomi, ravikaberliana@gmail.com, Universitas Gunadarma

ABSTRAK

Dalam menghadapi di era sekarang fashion di Indonesia semakin berkembang. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Vans baik secara parsial maupun simultan dan untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Vans. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang sudah pernah melakukan pembelian produk Sepatu Vans tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, serta variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Perkembangan fashion di Indonesia pada saat ini sudah sangat pesat, diikuti dengan trend yang menjadi suatu bagian dari kehidupan sehari-hari. Fashion merupakan suatu aspek yang dinilai dapat menunjang penampilan bagi masyarakat pada umumnya. Dampak dari adanya persepsi tersebut tentu saja membuat masyarakat beralih mengikuti trend yang ada. Bahkan bukan hanya sekedar mengikuti, melainkan sudah menjadi kebutuhan dari masyarakat modern saat ini untuk tampil trendi dan sebagai suatu kebutuhan untuk menyampaikan identitas diri.

Salah satu fashion yang dianggap penting oleh banyak orang adalah sepatu. 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 dari benda tajam ataupun kotoran, namun di era sekarang sepatu telah memiliki banyak fungsi, selain sebagai alat pelindung kaki kini sepatu juga banyak digunakan orang sebagai fashion yang bertujuan untuk menambah rasa percaya diri ataupun sebagai sarana pelengkap dalam berpakaian.

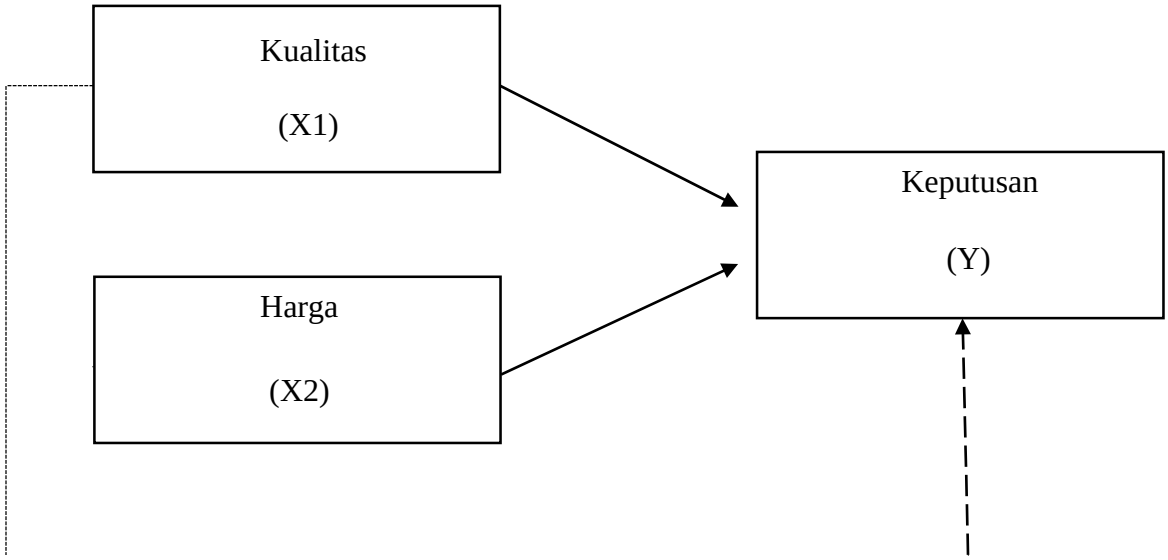
Vans adalah perusahaan sepatu yang berasal dari Amerika . Perusahaan ini di mulai pada beberapa puluh tahun lalu . Di Broadway , Anaheim , California, Paul Van Doren bersama tiga temannya membuka sebuah toko . Toko pertama mereka di buat pada 16 Maret 1966. Manufaktur sepatu ini memproduksi sepatu di tempat itu juga dan langsung menjualnya ke public hari itu juga. Namun House of Vans diciptakan pada awal tahun 70an dan skateboarder yang suka dengan bahan luar kasar dan sol lengket dipamerkan dipamerkan di jendela tempat toko yang berlokasi di Anahiem. Vans adalah perusahaan sepatu asal California, Amerika Serikat. Sepatu Vans memiliki banyak penggemar. Hingga terdapat komunitas yang bernanggotakan para pembeli dan penggemar sepatu Vans, yang menamakan kelompok mereka “Vanshead”. Komunitas Vanshead terdapat di beberapa kota seperti Jakarta Palembang, Tangerang, Pontianak, Solo, Yogyakarta, Malang, Semarang, dan lainnya. Model sepatu yang ditawarkan oleh Vans memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan sepatu dari merek lain. Sepatu Vans tidak hanya memiliki beberapa jenis utama, akan tetapi Vans sering mengeluarkan produk yang bekerja sama dengan seniman atau merek lain untuk membuat motif yang bermacam-macam sehingga para konsumennya tidak merasa bosan.

Menurut Robbins dan Judge (2013), pengambilan keputusan adalah penentuan pilihan di antara dua atau lebih alternatif. Istianah (2017) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih, tindakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi melalui pemilihan satu diantara alternatif- alternatif yang memungkinkan. Pengambilan keputusan merupakan suatu bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih, yang prosesnya melalui mekanisme tertentu dengan harapan akan menghasilkan suatu keputusan yang terbaik.

Kualitas produk adalah salah satu acuan para konsumen membeli suatu produk. Kualitas produk yang dimaksud adalah produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki nilai jual lebih, dimana hanya perusahaan tersebut yang memiliki keunggulan, maka perusahaan harus memfokuskan kualitas pada produknya dan membandingkan dengan produk perusahaan lain agar perusahaan dapat selalu berinovasi dan semakin meningkatkan kualitas pada produknya

Harga berpengaruh sangat penting dalam setiap kegiatan pemasaran, harga menjadi salah satu alat yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang di inginkan (Rares, 2015). Dalam pembelian suatu produk khususnya sepatu, harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Sepatu Vans menawarkan berbagai macam pilihan harga sehingga konsumen dapat melakukan pembelian sepatu sesuai dengan uang yang dimiliki dan kualitas produk tersebut.

2. METODE PENELITIAN



Gambar 1 Model Konseptual

HIPOTESIS

H1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produksepatu Vans.
H2 : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sepatuVans.
H3 : Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap keputusanpembelian produk sepatu Vans.

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitiankuantitatif. Yang menjadi subyek dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernahmelakukan pembelian dan menggunakan produk sepatu VANS. Menurut Sugiyono(2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dimaksud adalah yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk sepatu Vans.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non probability sampling. Ukuran populasi dalam penelitian tidak dapat diketahui dengan pasti dan untuk memudahkan penelitian ini maka untuk mengukurbanyaknya sampel rumus yang digunakan menurut Rao Purba (2006). Berdasarkanhasil perhitungan tersebut diketahui hasil dari jumlah sampel sebesar 96,04 dapat dibulatkan menjadi 100, Jadi jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalampenelitian ini adalah 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner (angket) untuk dapat menghasilkan dan mengolah data secara tepat dan valid. Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup artinya responden menjawab sesuai jawaban yang telah disediakan dan pengukuran penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2014). Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, dan harga sebagai variabel idependen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Variabel Independent (Variabel Bebas) Kualitas

Produk (KPr)

Kualitas produk (Kotler dan Keller, 2009) adalah interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Dengan kata lain, kualitas produk darisisi konsumen terjadi, karena hasil interpretasi konsumen atas informasi yang diperoleh. Indikator – indikator yang ada adalah, (1) Kinerja *(performance)*; (2) Keistimewaan tambahan *(features)*; (3) Keandalan *(reliability)*; (4) Kesesuaian dengan spesifikasi *(conformance to specifications)*; (5) Daya tahan *(durability)*; (6)Estetika *(asthethic)*.

Harga (Hr)

Menurut Buchori Alma (2013) harga *(Price)* adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Indikator– indikator yang ada adalah, (1) Keterjangkauan harga; (2) Kesesuain harga dengankualitas produk; (3) Daya saing harga; (4) Kesesuaian harga dengan manfaat; (5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Variabel Dependent (Variabel Terikat)Keputusan

Pembelian (KP)

Kotler dan Amstrong (2012) mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelumsampai kepada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Indikator –indikator yang ada adalah, (1) Pilihan produk; (2) Pilihan merek; (3) Pilihan penyalur; (4) Waktu pembelian; (5) Jumlah Pembelian.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Realibilitas Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2004) validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihanalat ukur yang digunakan. Intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukuryang atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur maka menggunakan uji validitas.

Uji Realibilitas

Menurut Darma (2021), uji reliabilitas yaitu mengukur variabel yang akan digunakan melalui pernyataan. Uji reliabilitas dilaksanakan denganmembandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat taraf signifikan yangdigunakan. Tingkat taraf signifikan yang digunakan yaitu 0,5.

Uji Asumsi Klasik Uji

Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normalatau tidak. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013). Jika bernilai > 0,05 maka data terdistribusi normal dan sebaliknya jika nilainya < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Jika nilai signifikan > 0,05 maka data terdistribusi normal.

Uji Multikoliniearitas

Menurut Ghozali (2018), tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengujiapakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolonieritas. Jika nilai VIF > 10maka terdapat multikolonieritas dalam data.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah padasebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihatgrafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini untuk menganalisis data dengan cara analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Vans. Dalam penelitian ini analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2010).

Keterangan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Y : Keputusan Pembelian
α : Konstanta
X_1 : Kualitas Produk
X_2 : Harga
B_1 : Koefisien regresi variabel Kualitas Produk
β_2 : Koefisien regresi variabel Harga
ε : *Standard Error*

Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsialberpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian adalah: Ho diterima apabila nilai signifikan> 0,05 yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terkait, sedangkan Ho ditolak apabila nilai signifikan ≤ 0,05 yang artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait.

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan uji f ini yaitu 0,05.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji RealibilitasUji Validitas

Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,695	0,196	Valid
X1.2	0,504	0,196	Valid
X1.3	0,738	0,196	Valid
X1.4	0,802	0,196	Valid
X1.5	0,809	0,196	Valid
X1.6	0,631	0,196	Valid
X2.1	0,680	0,196	Valid
X2.2	0,776	0,196	Valid
X2.3	0,823	0,196	Valid
X2.4	0,800	0,196	Valid
X2.5	0,804	0,196	Valid
Y1	0,741	0,196	Valid
Y2	0,703	0,196	Valid
Y3	0,750	0,196	Valid
Y4	0,738	0,196	Valid
Y5	0,669	0,196	Valid

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 1 diatas memperlihatkan bahwa semua butir pernyataan yang mengukur variabel independen serta variabel dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan keseluruhan item pernyataan menghasilkan nilai r hitung > r tabel.

Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2, sebagaiberikut:

Tabel 2 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,787	Reliabel
Harga	0,832	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,752	Reliabel

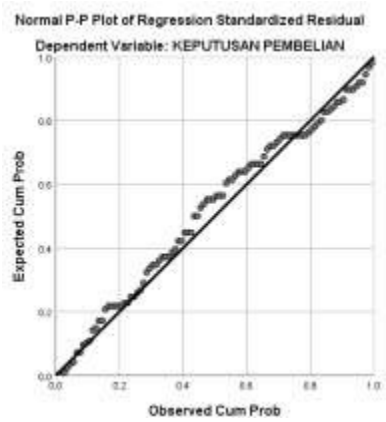
Sumber : data olah SPSS 25

Pada tabel 2 menunjukan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabellebih besar daripada 0,60. Maka disimpulkan bahwa kuesioner pada penelitian ini untuk mengukur tiap variabel dinyatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dengan menggunakan uji Grafik Normal *P – Plot* of regresion standard diketahui data sebagai berikut:



Sumber : data olah SPSS 25

Gambar 2 Hasil Uji Nomalitas Probability Plot

Berdasarkan gambar 2 diatas menunjukan bahwa grafik menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas dan terdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		UnstandardizedResidual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02719621
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.049
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test* diatas pada*Asym.sig* (2-*tailed*) menunjukan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

Uji Multikoliniearitas

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas dengan alat bantu komputer yangmenggunakan Program SPSS diperoleh hasil:

Tabel 4

Hasil Multikoliniearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	1.291	1.774		.728	.469		
	KUALITAS PRODUK	.134	.084	.132	1.593	.114	.610	1.638
	HARGA	.732	.089	.681	8.219	.000	.610	1.638

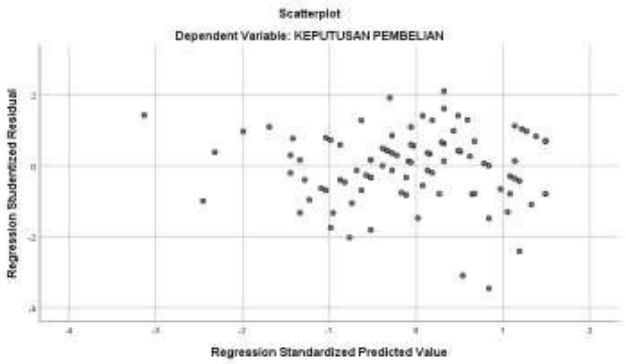
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data olah SPSS 25

Pada tabel 4 diatas, diketahui bahwa nilai tolerance variabel Kualitas Produksebesar 0,610 dan nilai tolerance variabel Harga sebesar 0,610. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Harga sebesar 1,638. Sehingga datatersebut menunjukan bahwa setiap variabel bebas atau independen yaitu Kualitas Produk dan Harga memiliki tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Mutltikolinearitas antara variabel independendalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode grafik Scatterplot dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut:



Sumber : data olah SPSS 25

Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Berdasarkan gambar 3 grafik *Scatter plot* diatas menunjukkan bahwa tidakada pola yang jelas, titik-titik menyebar sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisi Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian regresi linier berganda melalui alat hitung program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.291	1.774		.728	.469		
	KUALITAS PRODUK	.134	.084	.132	1.593	.114	.610	1.638
	HARGA	.732	.089	.681	8.219	.000	.610	1.638

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 5, persamaan regresi yang di dapat adalah:

$$Y = 1{,}291 + 0{,}134X1 + 0{,}732X2$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Nilai kontanta (a) bernilai positif sebesar 1,291. Yang berarti bahwa nilai variabel Kualitas Produk (X1) bernilai 0,134 Harga (X2) bernilai nol, maka diperkirakan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1,291. (2) Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) bernilai positif sebesar 0,134. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk mengalami peningkatan 1%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,134. (3) Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) bernilai positif sebesar 0,732 , Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel bebas lainnya bernilai tetap dan kualitas produk mengalami peningkatan 1%, makakeputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,732.

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan sig-value dengan sig α untuk masing-masing variabel yang dapat dilihat pada tabel6 berikut:

Tabel 6

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.291	1.774		.728	.469		
	KUALITAS PRODUK	.134	.084	.132	1.593	.114	.610	1.638
	HARGA	.732	.089	.681	8.219	.000	.610	1.638

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 6, (1) diketahui bahwa nilai signifikan variabel Kualitas Produk (X1) adalah

sebesar 0,114 > 0,05 dan nilai t hitung 1,593 < 1,984maka H0 diterima dan H1 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh signifikan terhadapKeputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Vans. (2) diketahuibahwa nilai signifikan variabel Harga (X2) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung 8,219 > 1,984 maka H0 ditolak dan H1 diterima berarti terdapat pengaruhsignifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa Hargaberpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Vans.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji F model regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	593.907	2	296.954	70.800	.000[b]
	Residual	406.843	97	4.194		
	Total	1000.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 7 diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 70,800 > f tabel 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi berganda (R^2) dapat dilihat pada tabel 6, sebagaiberikut:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770[a]	.593	.585	2.04799

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 diketahui r square sebesar 0,593, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadapvariabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 59,3%. Sedangkan sisanya 40,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel promosi, brand ambassador, citra merek, kepuasan pelanggan dan variabel lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan yang telah penulis lakukan pada bab pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat ditarik beberapa

kesimpulan: (1) Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap produk sepatu Vans. Artinya, Perusahaan harus memperhatikan Keistimewaan, Daya tahan, Kinerja, dan Ketahanan produk sepatu VANS tidak sesuai dengan keinginan konsumen. (2) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap produk sepatu Vans. Artinya, Harga produk terjangkau, Harga produk sesuai dengan kualitasnya, dan Kesesuaian harga dengan manfaatnya sangat sesuai dengan keputusan pembelian. Kenaikan sepatu VANS tidaklah menjadi faktor menurunnya keputusan pembelian. Kenyataannya, harga bukan menjadi masalah bagi konsumen ekonomi menengah kebawah ataupun menengah keatas. (3) Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu Vans. Artinya, produk sepatu VANS memenuhi keinginan konsumen dengan memberikan berbagai macam produk, kesesuaian harga dan kualitas produk yang memudahkan untuk membeli sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian produk sepatu VANS.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Maker: Jurnal Manajemen, 5(1), 38-49.

Dr. Meithiana Indrasari. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan . Surabaya: Unitomo Press. (BAB II)

Fayakun, C. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

DALAM PEMBELIAN SEPATU CONVERSE (Studi kasus pada mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen, 3(1).

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

Humam, L., Arifin, R., & ABS, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Association, Brand Image, Brand Trust, Price Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Vans (Studi kasus pada pembelian Sepatu Sneakers merek Vans Di Infusionstore Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10(13).

Mahardika, A. W. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Muhammad Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Siahaan, A. S., & Setiawati, C. I. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans. eProceedings of Management, 5(3).

STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). (n.d.). (n.p.): GUEPEDIA.

Sugiyono . (2014). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Penerbit CV. ALFA BETA

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta