

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN TREND MODE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Cindy Yolinda, I Komang Winatha, Nurdin
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Unila
Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

The purpose of this research to know the influence of consumer perceptions about the price of, quality products, quality of services and trends in mode of the decision the purchase Candy Lady Store. Research methodology used in this research is the method descriptive verifikatif with the approach ex post facto capital and survey. Population in research is consumers and sample 96 respondents determined by technique accidental sampling. Technique the data collection was done using a questionnaire. The data collected mixed with regression analysis linear and regression analysis multiple. The results of the study showed that there was some influence price, quality products, the quality of services and trends in mode of the decision the purchase of candy lady store.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Trend Mode terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan ex post facto dan survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen dan sampel 96 responden yang ditentukan dengan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul diolah dengan analisis regresi linier dan analisis regresi multiple. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan trend mode terhadap keputusan pembelian Candy Lady Store.

Kata kunci: keputusan pembelian, harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, trend mode.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat di berbagai bidang. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Syarat yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha agar dapat mencapai keunggulan bersaing adalah setiap pelaku usaha harus berupaya menciptakan dan mempertahankan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. . Aktifitas manusia dalam era globalisasi mengalami peningkatan yang sangat signifikan, salah satunya adalah bidang *fashion* yang menjadi pokok kebutuhan manusia untuk memenuhi segala aktifitasnya. Bidang *fashion* mengalami perkembangan yang sangat pesat sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup manusia. Hal ini membuat para pemilik usaha *fashion* harus memiliki suatu strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan cara menciptakan inovasi produk yang bervariasi. Karena apabila strategi tersebut tepat pada sasaran yaitu konsumen, maka para pemilik usaha *fashion* akan

memiliki harapan tinggi bahwa konsumen akan menaruh kepercayaan kepada usaha *fashion* tersebut. Seorang pengusaha harus mampu mempunyai pengetahuan yang seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat. Perilaku konsumen berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 186), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 06), perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, dan usaha) guna membeli barang –

barang yang berhubungan dengan konsumsi.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya yaitu Harga. Pengertian harga Menurut Kotler (2004: 78), harga merupakan sejumlah uang yang di bebaskan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang di pertukarkan itu.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing (Nela, 2012: 05). Sehingga definisi ini dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012: 152), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan

dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Menurut Gini Stephen Frings (1998: 46) dalam bukunya *Fashion From Concept To Consumer* mendefinisikan bahwa *fashion* atau mode adalah gaya yang sedang terpopuler pada saat tertentu. Istilah mode mengandung tiga komponen, yaitu *style*, *acceptance* dan *timeliness*, dimana *style* atau gaya berkaitan dengan karakteristik kelas atau ciri dalam pakaian. *Acceptance* (daya tembus pasar) berkaitan dengan daya tariknya terhadap pasar: *timeliness* (cakupan waktu) berkaitan dengan perubahan dalam siklus mode. Jadi mode, menurut Gini Stephen Frings, adalah produk atau hasil karya yang senantiasa berubah. Berdasarkan uraian yang telah dicantumkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pelaksanaan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan trend mode

yang dilakukan di Candy Lady Store sebagai salah satu bentuk pematik agar konsumen tertarik melakukan pembelian sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang nyaman. Maka di dalam menyusun Skripsi penulis mengambil judul : “Pengaruh Persepsi Konsumen tentang Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode Terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung”.

Adapun tujuan di lakukanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.
- (2) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.
- (3) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.
- (4) Untuk menguji pengaruh *trend mode* terhadap keputusan pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.
- (5) Untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *trend mode* terhadap keputusan

pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.

METODE

penelitian ini adalah metode *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post fact* dan survei. Metode *deskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, Nazir dalam Sujarwo, (2009: 86). Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan melihat kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut, (Sugiyono,2012: 7). Sedangkan pendekatan survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dan gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau daerah, Nazir (2009: 56). . Populasi

dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Candy Lady Store Bandar Lampung. Hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti didapat besarnya populasi yang ada di Candy Lady Store dalam sehari adalah 150 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling* dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui. Pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan metode jenis *metode aksidental*. *Metode Aksidental* ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja. sampel yang digunakan menggunakan rumus Slovin (Sugiono,2013: 16).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan di dalam penelitian

ini, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Diperoleh t_{hitung} secara partial untuk Persepsi Konsumen Tentang Harga sebesar 2,805 dan t_{tabel} dengan $dk = 94$ pada $\alpha 0.05$ sebesar 1,9855 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,805 > 1,9855$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain Persepsi Konsumen Tentang Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata $0,006 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Persepsi Konsumen Tentang Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Candy Lady Store Bandar Lampung.

Koefisien korelasi partial diperoleh 0,282 berarti hubungan secara parsial antara Harga dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,282 dengan asumsi variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode dikontrol.

2. Diperoleh t_{hitung} secara partial untuk variabel Kualitas Produk sebesar 4,982 dan t_{tabel} dengan $dk = 94$ pada $\alpha = 0.05$ sebesar 1,9855 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,982 > 1,9855$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Koefisien korelasi partial diperoleh 0,463 berarti hubungan secara parsial antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,463 dengan asumsi variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode dikontrol.
3. Diperoleh t_{hitung} secara partial untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,460 dan t_{tabel} dengan $dk = 94$ pada $\alpha = 0.05$ sebesar 1,9855 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,460 > 1,9855$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata $0,001 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung. Koefisien korelasi partial diperoleh 0,341 berarti hubungan secara parsial antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,341 dengan asumsi variabel Harga, Kualitas Produk, dan Trend Mode dikontrol.
4. Diperoleh t_{hitung} secara partial untuk variabel Trend Mode sebesar 5,091 dan t_{tabel} dengan $dk = 94$ pada $\alpha = 0.05$ sebesar 1,9855 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,091 > 1,9855$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain variabel Trend Mode

berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Trend Mode berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung.

Koefisien korelasi partial diperoleh 0,471 berarti hubungan secara parsial antara Trend Mode dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,471 dengan asumsi variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan dikontrol.

5. Untuk menguji hipotesis tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik F, dari hasil analisis data dengan SPSS diperoleh $F_{hitung} = 24,070$ dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 4 dan penyebut = 91 dan $\alpha = 0,05$ dari daftar tabel diperoleh = 2,47 dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $24,070 > 2,47$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a

yang menyatakan Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung.

Koefisien korelasi multiple diperoleh sebesar 0,717 yang berarti hubungan secara simultan antara variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode termasuk tingkat hubungan yang tinggi dengan kadar determinasi sebesar 0,514 atau 51,4% variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Trend Mode, sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Jika harga baik maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, sebaliknya jika harga buruk maka tingkat keputusan pembelian akan rendah.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Jika kualitas produk baik maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, sebaliknya jika kualitas produk buruk maka tingkat keputusan pembelian akan rendah.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Jika kualitas pelayanan baik maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka tingkat keputusan pembelian akan rendah.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Jika trend mode sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, sebaliknya apabila trend mode tidak sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat keputusan pembelian akan rendah.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan trend mode terhadap keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung. Jika harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan trend mode sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat keputusan pembelian akan tinggi, sebaliknya jika harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan trend mode tidak sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat keputusan pembelian akan rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. 2004. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Surabaya: Liberty.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Dasar Dasar Evaluasi Pendidikan*

- Edisi Revisi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran. Edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Cravens, David W. 2003. *Pemasaran Strategis*. Jilid 2. Edisi Keempat. Cetakan Kedua. Ahli Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptonoet al. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu media Publishing.
- Ghozali, 2005. *Persyaratan Instrumen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gujarti, 2007. *Uji Homogenitas*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ghini Stephen Frings, 1998. *Fashion From Concept to Consumer*, Prentice Hall, Indiana
- J. Supranto. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi Lima*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Ahli bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis, Edisi*
- Lamb, ed al. 2001. *Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Salemba Empat. Majalah Ide bisnis / Edisi 33 / Februari 2012)
- Mcarthy, Jerome. 2001. *Price*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen. dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Mayasari. 2012. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Walls Di Chandra Supermarket Tanjung Karang Bandar Lampung Tahun 2012*”
- Nazirdan Sujarwo. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, Muhammad. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nursya'bani. 2006. *Kualitas Pelayanan*. Bogor. Erlangga.
- Nela Evelina, Handoyo DW, Sari Listyorini. 2012. *Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkom Flexi (Studi kasus pada konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*. Tidak Dipublikasikan. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/> [05 November 2016].

- Pandora, Najwa. 2002. *“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada JNE Cabang Surakarta”*
- Sujarwo. 2002. *Ilmu Budaya Dasar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto. 2013. *Teori Kuisisioner & dan Analisis Data*. Yogyakarta. Liberty.

SARAN

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian yang kiranya diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung sebagai berikut.

1. Candy Lady Store Bandar Lampung diharapkan dapat terus bersaing dengan *online shopping* lainnya, maka dari itu Candy harus menjaga kualitas produknya agar konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan. Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang berpengaruh pada minat beli konsumen, sebaiknya Candy Lady Store melakukan peningkatan strategi dalam penetapan harga sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian pada Candy Lady Store Bandar Lampung.
2. Candy Lady Store Bandar Lampung diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen tidak akan kembali lagi, begitupun sebaliknya jika kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka akan tercipta keputusan pembelian.

3. Candy Lady Store Bandar Lampung diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan terbukti mampu menjadi patokan bagi konsumen untuk tetap menjadi pelanggan setia dan harus mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan tercipta kepuasan tersendiri bagi konsumen.
4. Candy Lady Store Bandar Lampung diharapkan dapat terus meningkatkan trend mode dengan cara meningkatkan desain atau mode yang menarik dan dapat mempengaruhi konsumen sehingga terciptanya

keputusan pembelian.

5. Candy Lady Store Bandar Lampung diharapkan tetap meningkatkan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan trend mode sehingga konsumen merasa nyaman ketika berada di dalam ruangan, harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan, trend mode dan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen, supaya konsumen akan membeli kembali produk - produk yang diberikan oleh perusahaan dan akan tercipta keputusan pembelian kepada perusahaan.