

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA NIKE DI KOTA PADANG

Alfo Zikri<sup>1</sup>, Zeshasina Rosha<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas ekonomi bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: [alfozikrigus@gmail.com](mailto:alfozikrigus@gmail.com) , [zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id)

## PENDAHULUAN

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. Pemasaran adalah bagian utama dalam kehidupan suatu usaha. Usaha tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada suatu pemasaran. Pemasaran merupakan sistem total efektifitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa serta gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar dalam rangka menciptakan tujuan organisasional [1]. Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan dimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana memuaskan keinginan mereka untuk suatu produk, layanan, konsep, atau pengalaman. [2]. Kualitas produk merupakan salah satu alat positioning terpenting bagi pemasar, karena secara langsung dipengaruhi oleh kinerja produk atau jasa, kualitas berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. [3]. Selanjutnya faktor yang memiliki korelasi yang kuat dengan keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar atas jumlah produk atau layanan, atau nilai yang ditukar pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan [3]. Kepercayaan merek adalah sebagai keinginan pelanggan untuk mengandalkan sebuah merek dengan resiko yang dihadapi karena harapan terhadap merek membawa hasil yang positif [4].

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek yang diteliti adalah sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kota Padang yang sudah membeli dan menggunakan sepatu olahraga Nike. Banyaknya sampel untuk penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penelitian ini yaitu, mengumpulkan data dengan cara membagikan kuesioner (angket) kepada responden yang menggunakan sepatu olahraga merek Nike di Kota Padang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Penelitian ini terdiri atas uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji hipotesis dan uji t dengan bantuan aplikasi SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 : Hasil Uji T

Konstanta dan variabel bebas	Koefisien regresi	T hitung	Sig	Keterangan
Konstanta	3.334	0.790	0.432	-
KualitasProduk (X1)	0.433	3.830	0.000	H1 diterima
Harga (X2)	0.118	0.602	0.549	H2 ditolak
Kepercayaan Merek (X3)	0.335	2.472	0.015	H3 diterima

Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,433 dan t hitung 3,830 serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Variabel Harga (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,118 dan t hitung 0,602 serta signifikan 0,549 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) ditolak. Variabel kepercayaan merek (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,335 dan t hitung 2,472 serta signifikan 0,015 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang. Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Padang.

### **Saran**

Disarankan kepada perusahaan sepatu olahraga Nike untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produk dan mempertahankan harga yang ditawarkan serta mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek dengan menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk peneliti dimasa yang akan datang, menambah variable lain seperti citra merek dan promosi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Tjiptono, F. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- [2] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- [3] Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- [4] Lau, G. T. And Lee, S. H. (2000) `Consumers` Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, Journal of Market-Focused Management, 4(4), pp. 341-370.

