

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPATU DENGAN TYPE SNEAKERS

Puma Tambusai⁽¹⁾ Noviyarsi⁽²⁾

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Bung Hatta

E-mail: pumatambusai73@gmail.com

Abstract

This study was conducted on consumers who use sneakers at the Bung Hatta Faculty of Industrial Technology. The number of samples used in this study was 80 respondents, with a simple random sampling method. Data collection was carried out through questionnaires. The analysis technique used was path analysis. The independent variables in this study were Performance, Features, dan Reliability. Aesthetics, perceived quality, The dependent variable in this study was Purchase Decision. The results of this study indicate that all variables Performance, Features, dan Reliability. Aesthetics, perceived quality together have a simultaneous and significant effect on Purchase Decision and the results of the influence of each independent variable partially or individually on the dependent variable in this study show that there is a significant influence on the purchasing decision variable.

Keywords: Product Quality Dimensions, Purchasing Decisions, Path Analysis

PENDAHULUAN

Masyarakat bergerak secara lebih konsumtif terutama akan kebutuhan penunjang penampilan yang mengacu pada *trendsenter* dunia karena setiap tahun selalu menghadirkan inovasi dan perpaduan berbusana berbeda. Salah satu produk penunjang penampilan masyarakat adalah sepatu dengan berbagai jenis model dan berbeda untuk pria dan wanita. Hal ini menimbulkan persaingan pada perusahaan sepatu untuk mendapatkan pasar terutama di negara paling konsumtif seperti Indonesia (Dharmawan dan Handoyo, 2017).

Menurut Tjiptono (2015) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

TINJAUAN LITERATUR

Beberapa sumber literature penelitian terdahulu yang membahas tentang keputusan pembelian akan menjadi referensi untuk menyempurnakan penelitian ini, yaitu :

1. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan

Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung (Ernawati, 2019). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun di sisi lain variabel inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar (Ismayanti dan Santika, 2017). Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Celebrity Endorser, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

METODOLGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang menggunakan sepatu sneakers di Fakultas Teknologi Industri Bung Hatta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden, dengan metode *simple random sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas

No	Item Pertanyaan	Sig α	Kesimpulan
1	Performance_1	0,030	Valid
2	Performance_2	0,006	Valid
3	Features_1	0,017	Valid
4	Features_2	0,013	Valid
5	Features_3	0,043	Valid
6	Features_4	0,002	Valid
7	Reliability_1	0,026	Valid
8	Reliability_2	0,000	Valid

No	Item Pertanyaan	Sig α	Kesimpulan
9	Reliability_3	0,001	Valid
10	Reliability_4	0,033	Valid
11	Aesthetics_1	0,013	Valid
12	Aesthetics_2	0,016	Valid
13	Aesthetics_3	0,000	Valid
14	Aesthetics_4	0,000	Valid
15	PQ_1	0,000	Valid
16	PQ_2	0,017	Valid

Sumber: Pengolahan data 2024

Berdasarkan 16 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah valid, karena masing-masing item pertanyaan tersebut memiliki *pearson correlation* yang didapat memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 atau sig. < 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha	Kesimpulan
0,806	Reliabel

Sumber : Pengumpulan Data Penelitian 2024.

Pada uji reliabilitas terlihat variabel yang akan diuji telah memiliki *cronbach alpha* diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel tersebut telah didukung oleh item pertanyaan yang valid dan reliabel.

Tabel 3. Uji T

Model	Sig.
Performance	.000
Features	.000
Reliability	.000
Aeshtetics	.000
Perceived Quality	.000

Sumber: Pengolahan data 2024

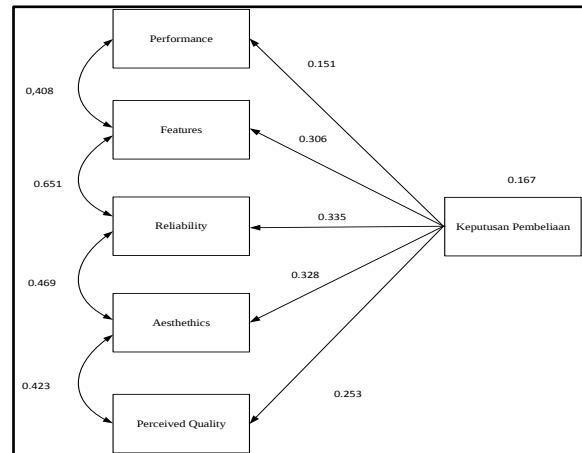
Hasil uji t bisa dilihat seluruh variabel memiliki nilai signifikansi yaitu < 0,05 maka terdapat pengaruh yang berarti secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian sepatu sneakers.

Tabel 4. Uji F

Model	df	f	Sig.
Regression	5	515.085	.000 ^b
Residual	74		
Total	79		

Sumber: Pengolahan data 2024

Hasil uji f bisa dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka variabel independen *Perceived Quality*, *Features*, *Aeshtetics*, *Reliability*, dan *Performance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian sepatu sneakers.



Gambar 1. Diagram Jalur Akhir Untuk Variabel Keputusan Pembelian

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel *Performance*, *Features*, dan *Reliability*. *Aeshtetics*, *perceived quality* secara bersama-sama berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan hasil pengaruh tiap variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang berarti terhadap variabel keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

1. Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
2. Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
3. Dharmawan, O. S. H. A., & Handoyo. 2017. *Fenomena Sneakers Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya)*. Paradigma, Vol 5, no. 1, pp. 1-10.
4. Ernawati, Diah, 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. vol 7, nomor 1, hal 1-22.
5. Ismayanti, N.M. Arie & Santika. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. Vol 6, No 10. Hal 5720-5747