

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Toko Diana Outlet Bandung

Effect of Product Quality on Interest in Buying Products Diana Outlet Stores Bandung

¹Reina Amalia Pratiwi, ²Nina Maharani

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email : ¹reinaamaliapратиwi@gmail.com

Abstract. The purpose of this research is to identify Diana Store's strategies in maintaining its product quality, to identify customer's response towards the product quality, to identify the customer's buying interest, and to identify how much the impact that product quality has towards customer's buying interest in Diana Store. Survey method is used in this research. The research type is Descriptive Verificative. This research uses 100 respondents who happened to be the customers of Diana Store as the sample. The questionnaire is used to collect the data. The method for data analyzing is Simple Linear Regression Analysis method. Customer's response regarding Diana Store's product quality are poor. Responses regarding the customer's buying interest in Diana Store are poor. The results of this study indicate the impact of product quality towards customer's buying interest in Diana Store.

Keywords: Product Quality, Customer's Buying Interest

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi Toko Diana dalam mempertahankan kualitas produknya, untuk mengidentifikasi respon pelanggan terhadap kualitas produk, untuk mengidentifikasi minat beli pelanggan, dan untuk mengidentifikasi seberapa besar dampak kualitas produk terhadap minat beli pelanggan di Diana. Toko. Metode survei digunakan dalam penelitian ini. Jenis penelitiannya adalah Deskriptif Deskriptif. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang kebetulan merupakan pelanggan Toko Diana sebagai sampel. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Metode untuk menganalisis data adalah metode Analisis Regresi Linier Sederhana. Tanggapan pelanggan terkait kualitas produk Toko Diana buruk. Tanggapan terkait minat beli pelanggan di Toko Diana buruk. Hasil penelitian ini menunjukkan dampak kualitas produk terhadap minat beli pelanggan di Diana Store.

Kata kunci: Kualitas Produk, Minat Beli Pelanggan

A. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Bagi masyarakat modern fashion merupakan salah satu kebutuhan utama. *fashion* sangat berkembang pesat saat ini, mulai dari *fashion style* untuk pakaian, *makeup*, aksesoris serta alas kaki sangat diminati oleh pasar. Dengan melihat karakter konsumen saat ini semakin cerdas memilih barang-barang yang akan mereka beli, mereka lebih teliti memilih dari segi kualitas, model serta harga, dengan demikian perusahaan harus memiliki standar kualitas yang baik pada produk yang akan dijual.

Kualitas produk diduga mempengaruhi minat beli, dimana kualitas produk dapat menarik perhatian para konsumen apabila produk dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh para konsumen saat digunakan. Perusahaan dalam memberikan kepuasan bukan hanya berhadapan dengan para pesaing akan tetapi berhadapan dengan publik, dimana keyakinan publik akan suatu produk akan menimbulkan minat beli konsumen (Sumirat 2015).

Fenomena yang terjadi di toko Diana, adanya penurunan penjualan dan meningkatnya jumlah retur serta penukaran barang, ada penurunan penjualan yang signifikan yang paling terlihat pada bulan juli sebesar Rp. 353.717.846, hal ini mengindikasikan adanya penurunan minat beli pada Toko Diana.

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria tahun 2017, Hasil penelitian

membuktikan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap minat beli, dimana minat beli yang tinggi dapat dibentuk oleh kualitas produk yang menarik.

Dengan melihat beberapa hasil dari penelitian terdahulu di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap Minat beli hal ini dapat dilihat dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang menggunakan Kualitas produk dan Minat Beli sebagai salah satu variabelnya.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Toko DIANA dalam mempertahankan kualitas produk yang mereka jual.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas produk yang dijual oleh Toko DIANA.
3. Untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen pada Toko DIANA.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada Toko DIANA.

B. Landasan Teori

Kualitas produk

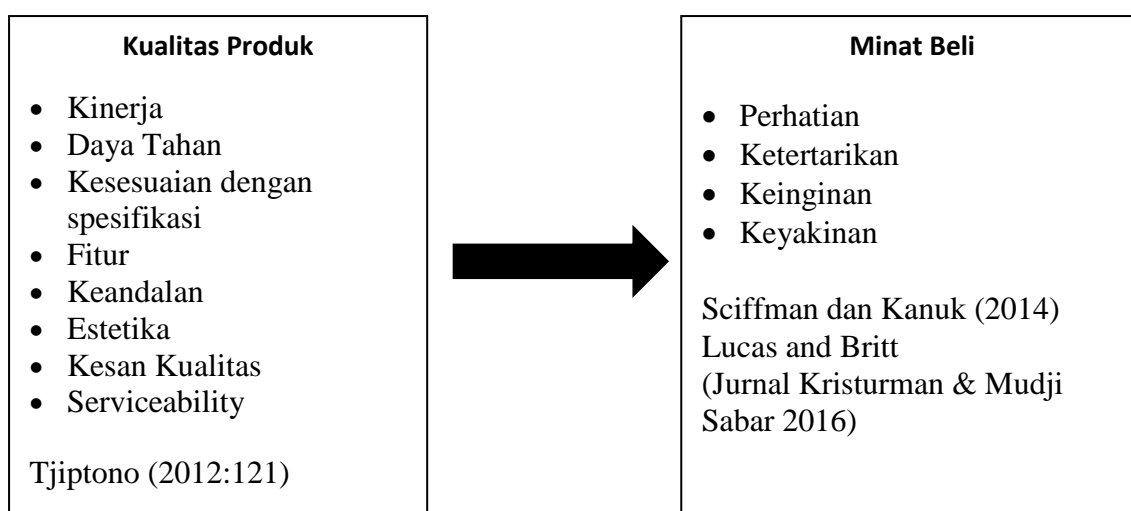
Kualitas produk Menurut kotler & keller (2013: 135) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasai dan kebaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas merupakan sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya, Tjiptono (2012;121).

Apabila suatu produk dibuat sesuai dengan dimensi kualitas produk yang telah dipaparkan oleh Tjiptono (2012;121) yaitu : 1) Kinerja (*performance*), 2) *Durability* (daya tahan), 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), 4) Fitur (*features*), 5) Keandalan (*reliability*), 6) Estetika (*asthetic*), 7) Kesan kualitas (*perceived quality*), dan 8) *Serviceability*.

Minat Beli

Menurut Shciffman dan Kanuk (2014) menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Minat beli adalah Proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya, hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku (Nugroho,2013;342).

Menurut Lucas dan Britt (Jurnal Kristurman & Mudji Sabar 2016) terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain : 1) Perhatian, yaitu dimana pada hal ini konsumen memiliki perhatian yang besar akan suatu produk atau jasa. 2) Ketertarikan yaitu baha dalam hal ini konsumen memiliki ketertarikan mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan. 3) Keinginan yaitu dalam hal ini konsumen memiliki dorongan untuk memiliki suatu produk atau jasa. 4) Keyakinan bahwa dalam hal ini konsumen merasa yakin akan kualitas serta manfaat yang diberikan oleh produk atau jasa yang akan dibelinya.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran sebagaimana dijelaskan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut : **“Minat Beli Pelanggan Pada Toko Daine Citra Abadi Bandung diduga dipengaruhi Oleh Kualitas Produk.”**

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Survey, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah Verifikatif. Dan teknik pengambilan sample menggunakan teknik *nonprobability sampling*, Sugiyono (2013:120).

Hasil Akumulasi Kuisisioner variable X (kualitas Produk) berada pada Kategori Buruk dengan Skala 180-259 dengan angka 244 sedangkan akumulasi kuisisioner Variabel Y (Minat Beli) berada pada kategori Buruk dengan skala 180-259 dengan angka 243.

Uji normalitas variabel X menghasilkan probabilitas $0.765 > 0.05$, sedangkan variabel Y menghasilkan probabilitas $0.396 > 0.05$. Sehingga dengan demikian variabel X dan Y berdistribusi normal.

Koefisien intercept sebesar 3.927 yang berarti ketika nilai kualitas produk atau $X = 0$ maka nilai minat beli sebesar 3.927. Koefisien regresi X sebesar 0.066 yang berarti ketika nilai kualitas produk atau X naik 1 poin, maka nilai minat beli atau Y naik sebesar 0.066 poin. Hal ini berarti peningkatan kualitas produk menyebabkan minat beli konsumen meningkat.

Nilai koefisien korelasi antara kualitas produk dengan minat beli sebesar 0.449. Bila dibandingkan dengan kriteria keeratan, maka korelasi tersebut berada pada kriteria 0,40 – 0,599 atau kriteria sedang. Terjadinya hubungan linier yang kuat antara kualitas produk dengan minat beli. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka minat beli konsumen semakin meningkat, sebaliknya apabila kualitas produk tidak baik maka minat beli konsumen akan menurun.

D. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk sepatu Diana dapat dinilai Kurang Baik oleh konsumen. Indikator yang dinyatakan Kurang Baik seperti ketahanan sepatu, standarisasi produk sesuai SNI, kualitas, variasi model, meminimalisir kecacatan produk.

Namun pelayanan dinilai cukup baik oleh konsumen. Perusahaan sepatu Diana, memang tidak secara sempurna kualitas produk ditampilkan, sehingga pada umumnya dapat dinyatakan kurang baik.

2. Minat beli konsumen sepatu Diana dapat dinilai Rendah atau Kurang Baik. Indikator yang dinyatakan Kurang Baik adalah keinginan konsumen mencari informasi baik secara offline maupun online, tingkat pembelian dan tingkat keyakinan konsumen akan produk yang berkualitas. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Konsumen Diana melakukan pertimbangan terhadap karakteristik produk dan memiliki minat beli yang agak rendah.
3. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat bukti empiris adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepatu Diana. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka minat beli konsumen semakin meningkat, sebaliknya apabila kualitas produk tidak baik maka minat beli konsumen akan menurun.

Daftar Pustaka

- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). *Principles Of Marketing* 15. Edition New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* 15. Edition New Jersey: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. (2011). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi.
- Iriani Sri.S & Moh. Martono. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*.
- Mahmud & Alfatris Tika D. (2014). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli K-Pop Album dengan Sistem Pre Order Secara Online*
- Soewito Yudhi. (2013). *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepedah Motor Yamaha Mio*.
- Sulistiyari Ikanita.N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*.
- Warmanto Frans&Lucky. (2010). *Pengaruh Perlakuan Khusus, Reputasi Merek Perusahaan, Kepercayaan Konsumen, Komitmen Konsumen Terhadap Peningkatan Niat Beli Konsumen Carefure Puri Indah*.
- Weithaler Lisa & Chiristian Hoffmann. (2015). *Building*