

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO ONLINE SHOP BEBENITO GROUP TANGERANG SELATAN**

**Ugeng Budi Haryoko dan Febriyanti
Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
ugengbudiunpam@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa seberapa besar pengaruh dari Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Asosiatif Kuantitatif, sedangkan pengelolaan data kuantitatif menggunakan analisis statistik. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Analisis data yang digunakan dalam pengolahan data adalah analisis regresi linier sederhana, dengan kualitas produk sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y), selanjutnya Uji Analisis Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (uji t) dengan bantuan *software Statistical Package For Social Sciences (SPSS) 20*. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi (r) sebesar 0,609 hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan besarnya kontribusi kualitas produk terhadap keputusan pembelian atau nilai determinasi (R) yaitu sebesar 0.371 maka kekuatan hubungan antara kedua variabel kualitas produk (X) dan keputusan pembelian (Y) sebesar 37,1% sisanya 62,9% dipengaruhi faktor lain. Sedangkan uji hipotesis (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, dimana $7,565 > 1.661$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group.

Kata Kunci : Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze how much influence the Quality of Products Against Purchasing Decisions at the Bebenito Group Online Shop Shop. This type of research uses the Quantitative Associative approach, while quantitative data management uses statistical analysis. The sample in this study were 99 people. Analysis of data used in data processing is simple linear regression analysis, with product quality as independent variable (X) and purchasing decision as dependent variable (Y), then Coefficient of Correlation Analysis Test, Determination Coefficient and Hypothesis Test (t test) with the help of software Statistical Package For Social Sciences (SPSS) 20.

Based on the calculation of the correlation coefficient (r) of 0.609 this shows that the effect of product quality on purchasing decisions and the contribution of product quality to

purchasing decisions or the value of determination (R) is 0.371 hence the strength of the relationship between the two product quality (X) and purchasing decision (Y) of 37.1% the remaining 62.9% is influenced by other factors. While the hypothesis test (t test) is obtained $t_{count} > t_{table}$, where $7.565 > 1.661$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. The results of this study can be concluded that there is a partially positive and significant effect between product quality on purchasing decisions at Bebenito Group Online Shop.

Keywords: Product Quality, and Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pada era 2000-an hingga sekarang, sistem belanja via online terus berkembang di seluruh dunia bahkan di Indonesia. Hal ini tentunya didukung oleh semakin banyaknya pengguna internet baik di kota besar maupun daerah. Bisnis Online dikenal sebagai Perdagangan Elektronik (*e-commerce*) yaitu pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan televisi. *E-commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Kualitas produk menurut Kottler dan Keller (2012 : 49) Kualitas Produk mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kottler dan Keller (2012:166), "*buying decision is process all the experiences in learning, choosing, using, and event disposing of a product*". Yang berarti bahwa keputusan pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan menyingkirkan produk.

Toko Online Shop Bebenito Group atau lebih dikenal dengan Bebenito.com merupakan Toko Online Shop di kota Tangerang Selatan sebagai *E-commerce* untuk kategori produk baju anak-anak dan peralatan bayi. Toko Online Shop Bebenito Group berdiri sejak tanggal 07 September 2012 hingga sampai saat ini. Toko Bebenito tersebut beralamat di Perumahan Kencana Loka sektor 12,5 Jl.Sastra Kencana 4 No.33 Blok V3, Ciater, Tangerang Selatan.

Tabel .1

Jumlah data penjualan periode Tahun 2015 sampai 2017

Bulan	Tahun 2017	Tahun 2016	Tahun 2015
Januari	Rp 33.231.201	Rp 30.081.500	Rp 4.908.000
Februari	Rp 45.538.051	Rp 20.083.500	Rp 8.394.000
Maret	Rp 89.246.440	Rp 33.295.905	Rp 30.016.000
April	Rp 71.083.600	Rp 38.728.800	Rp 40.583.000
Mei	Rp 78.679.800	Rp 82.889.647	Rp 62.154.000
Juni	Rp 39.729.900	Rp 100.291.486	Rp 69.319.500

Juli	Rp 10.434.500	Rp 35.058.500	Rp 19.593.500
Agustus	Rp 16.732.800	Rp 52.222.100	Rp 10.766.000
September	Rp 17.864.210	Rp 62.631.075	Rp 17.890.200
Oktober	Rp 15.901.807	Rp 50.838.500	Rp 15.546.000
November	Rp 13.243.550	Rp 32.370.500	Rp 53.999.810
Desember	Rp 20.316.800	Rp 34.156.570	Rp 45.128.620
Total	Rp452.002.659	Rp 572.648.083	Rp 378.298.630

Sumber : Toko Bebenito Group

Dari data diatas dapat dilihat bahwa penjualan mengalami penurunan fluktuatif pada bulan-bulan tertentu. Tahun 2017 mengalami penurunan, dengan begitu pihak manajemen Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan harus menyediakan lebih banyaknya koleksi barang berupa model dan motifnya. Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, maka peneliti mencoba untuk melakukan analisis penelitian yang mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Toko Online Shop Bebenito Group dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOP BEBENITO GROUP TANGERANG SELATAN”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kuliatas produk pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan ?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan ?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kualitas produk pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan.
- b. Untuk mengetahui keputusan pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Bebenito Online Shop Group Tangerang Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) Pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya

Kualitas Produk

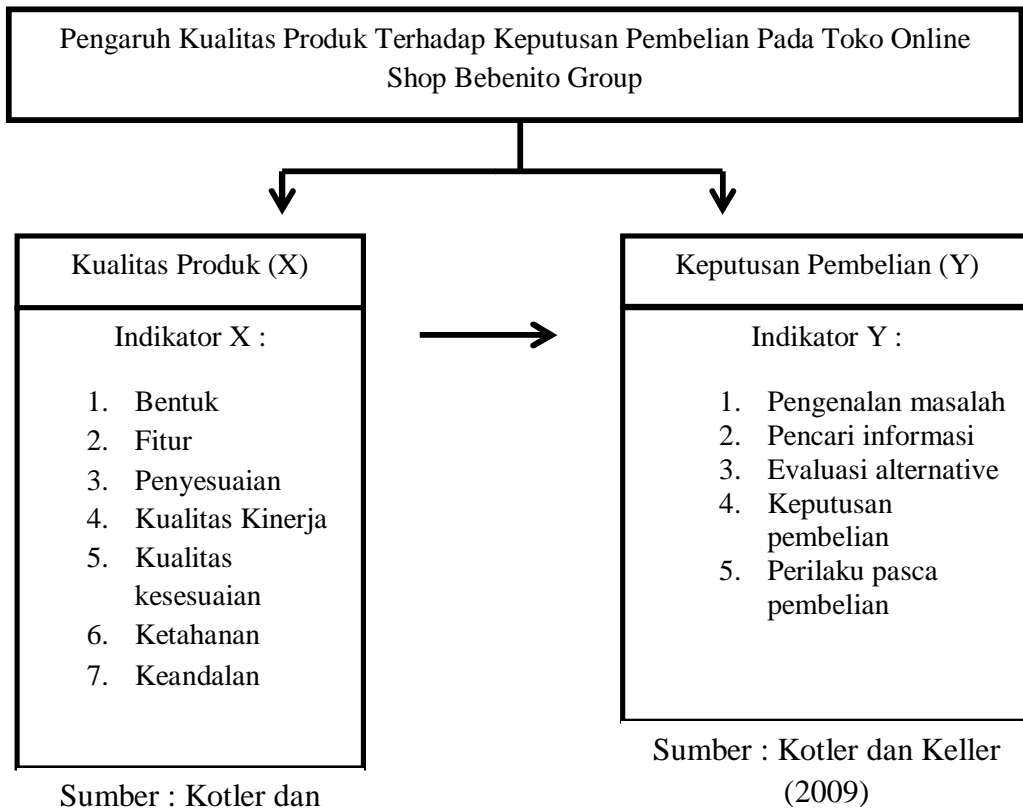
Menurut Lupiyoadi bahwa “Kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya”. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Definisi ini berfokus pada pelanggan dan bagaimana pelanggan berfikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157), “pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

2. Kerangka Pemikiran

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2016 : 60), mengatakan bahwa kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.



Gambar 1
Kerangka Berfikir

3. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus di lakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberikan arah bagi analisis penelitian. Hipotesis juga merupakan suatu kesimpulan yang bersifat sementara terhadap

permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Atau suatu pernyataan yang bersifat sementara/dugaan, anggapan, pendapat atau asumsi yang mungkin kebenarannya harus dibuktikan, selanjutnya untuk hipotesis statistiknya sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap hasil keputusan pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group.

$H_a : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap hasil keputusan pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group.

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Toko Online Shop Bebenito Group berjumlah 5.198 dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 pelanggan tetap yang membeli produk. Di dalam penelitian ini sample dengan rumus Slovin adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{5.198}{1 + 5.198(0.1)^2}$$

$$n = \frac{5.198}{52.98}$$

$n = 98,11 \rightarrow$ (di bulatkan menjadi 99 responden)

Metode Analisis Data Analisis Uji Validitas

Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. (Suharsimi Arikunto 2011:168). instrumen yang dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut sesuai dengan data atau informasi lain yang mengenai variabel penelitian yang dimaksud. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh person, yang dengan rumus korelasi *productmoment* sebagai berikut:

$$r_x = \frac{n (\sum X_i X_t) - (\sum X_i)(\sum X_t)}{\sqrt{n(\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) (n \sum X_t^2 - (\sum X_t)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi
 n = Banyaknya responden
 $\sum X_i$ = Jumlah skor tiap butir soal

$\sum X_c$	= Jumlah skor total
$\sum X_i X_c$	= Jumlah hasil kali skor butir soal dengan skor total
$\sum X_i^2$	= Kuadrat jumlah skor total
$(\sum X_i)^2$	= Jumlah kuadrat skor butir
$\sum (X_c)^2$	= Jumlah kuadrat skor total

Kaidah uji validitas:

r hitung $>$ r tabel : Valid, pada taraf signifikan 5%

r hitung \leq r tabel : Tidak Valid, pada taraf signifikan 5%

Analisis Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto, (2010:175). Butir kuisisioner dikatakan *realibel* (layak) jika *cronbachalpha* $>$ 0,60. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha*, Suharsimi Arikunto, (2010:180) sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } r_{II} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_c} \right)$$

Keterangan :

r_{II}	= Koefesien reabilitas instrumen
S_i	= Varian skor tiap butir pertanyaan
S_c	= Varian total
k	= Banyaknya butir pertanyaan

Langkah langkah mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

a. Menghitung varian skor setiap item pernyataan dengan rumus :

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

S_i	= Varian setiap skor tiap item pernyataan
X_i	= Jumlah skor item pernyataan
n	= Jumlah responden atau sampel

b. Menghitung jumlah varian semua item pernyataan dengan rumus :

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n$$

Keterangan :

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n = \text{Varian item pernyataan ke } 1,2,3,..n$$

c. Menghitung varian total dengan rumus :

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

S_t = Vaarian setiap skor tiap item pernyataan

X_t = Jumlah skor item pernyataan

n = Jumlah responden atau sampel

d. Menghitung nilai koefisien reliabilitas Alpha dengan rumus :

$$r_{II} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_t}{S_t} \right)$$

Kriteria keputusan :

Jika $r_{II} < r_{tabel(a,db)}$ pada taraf signifikan 5% tidak reliabel.

Jika $r_{II} > r_{tabel(a,db)}$ pada taraf signifikan 5% reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Somantri, (2011:243) menyatakan bahwa regresi linier sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan linier antara dua variabel. Analisis regresi linier sederhana berfungsi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas (independen) yang dipilih dalam penelitian ini yaitu (kualitas produk) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu (keputusan pembelian).

Regresi linier sederhana dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group

X : Variabel independen

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

nilai-nilai a dan b dapat di hitung dengan menggunakan rumus dibawah ini :

a : Konstanta diperoleh dengan menggunakan rumus

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

b : Koefisien regresi untuk variabel x dengan menggunakan rumus

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

X : Kualitas Produk.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi dapat diartikan sebagai hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain menurut Sarwono, (2006:37) Analisis korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variabel bebas dengan terganggu. *Product moment correlation* adalah salah satu teknik untuk mencari korelasi antara dua variabel yang kerap kali digunakan. Dikatakan *product moment* karna koefisien korelasinya diperoleh dengan cara mencari hasil perkalian dari momen – momen variabel yang di korelasikan, biasanya disebut juga dengan koefisien korelasi dengan simbol “*r*”.

Koefisien korelasi menunjukkan derajat atau erat hubungan dua variabel, dimana besarnya “*r*” dapat dinyatakan dalam interval $-1 \leq r \leq 1$. Dalam perhitungan koefisien ini, akan menggunakan variabel X sebagai kualitas produk dan variabel Y sebagai keputusan pembelian dan *n* menunjukkan jumlah sampel yang diteliti.

Apabila $r = 1$, maka menunjukkan adanya hubungan variabel *x* dengan variabel *y* sempurna dan positif (mendekati 1 berarti sangat kuat). Artinya apabila semakin baik kualitas produk maka semakin baik juga keputusan pembelian.

Apabila $r = -1$, maka menunjukkan adanya hubungan *x* dan *y* sempurna dan negatif (mendekati -1 berarti hubungan sangat kuat dan negatif). Artinya apabila semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian akan buruk.

Apabila $r = 0$, maka menunjukkan adanya hubungan *x* dan *y* lemah dan positif. Artinya baik buruknya kualitas produk tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Sugiyono, (2009:228) Analisis koefisien korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel bentuk interval atau rasio.

Dalam analisis ini, penulis menggunakan rumus koefisien korelasi yang dinyatakan oleh Sugiyono (2010:147), yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Nilai Koefisien Korelasi

n = Banyak atau besarnya sampel

x = Nilai Variabel independen X (Kualitas Produk)

y = Nilai variabel dependen Y (Keputusan Pembelian)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka dapat diketahui kuat atau tidaknya pengaruh antara variabel X dan variabel Y dan untuk dapat memberikan interpretasi terhadap hasil koefisien korelasi, maka dapat digunakan pedoman pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2010:147)

Metode Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono, (2010:152) Koefisien determinasi merupakan alat analisa yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi anantara variabel X dan variabel Y dimana semakin besar koefisien (KD), maka semakin kuat hubungan pengaruh keduanya.

r = Besarnya kontribusi variabel X terhadap turun naiknya pengeluaran.

Analisis Uji-t (Uji Hipotesis)

Menurut Sugiyono, (2010:264) Uji-t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Untuk menguji signifikan pengaruh kualitasproduk terhadap keputusanpembeliandapat diterima atau ditolak, maka diperlukan uji signifikan. Hipotesis yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara kualitasproduk terhadaphasil keputusanpembelian di Toko Online Shop Bebenito Group.

$H_0 : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antarakualitasproduk terhadap hasil Keputusanpembelian di Toko Online Shop Bebenito Group.

Dimana :

ρ : Nilai korelasi dalam formulasi yang di hipotesiskan.

Rumus uji signifikan dikemukakan oleh Sugiyono, (2010:150) sebagai berikut :

Menghitung besarnya t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = t_{hitung} observasi yaitu distribusi 1

n = Jumlah data

r = Koefesien korelasi.

Menghitung besarnya t_{tabel}

t_{tabel} dalam uji hipotesis ini digunakan taraf (α) sebesar 5% atau 0,05 maka dapat diketahui melalui rumus :

$$t_{tabel} = (\alpha)(n-2)$$

Untuk menarik kesimpulan hipotesis diatas dengan membandingkan nilai – nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Ha ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan product momen maka diperoleh nilai r hitung melebihi dari rtabel, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3
Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Kualitas Produk (X)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keputusan
1. Produk memiliki bentuk model yang menarik.	0.586	0.198	Valid
2. Produk memiliki berbagai macam ukuran (size).	0.538	0.198	Valid
3. Memiliki berbagai macam brand yang unik.	0.632	0.198	Valid
4. Memiliki design yang menarik.	0.537	0.198	Valid

5. Produk yang memiliki bahan yang berkualitas.	0.381	0.198	Valid
6. Produk yang memiliki banyak motif dan warna.	0.651	0.198	Valid
7. Reputasi yang baik dalam pakaian adalah kualitasnya.	0.634	0.198	Valid
8. Jahitan produk yang kuat/kencang memungkinkan meminimalisir dari kerusakan.	0.598	0.198	Valid
9. Setiap produk memiliki warna yang selaras.	0.714	0.198	Valid
10. Perpaduan warna, model, dan motif produk yang bagus.	0.643	0.198	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Dari data tabel di atas, variabel kualitas produk (X) diperoleh nilai *r hitung* berada di atas angka 0.198 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka semua item dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4

Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	r hitung	r table	Keputusan
1. Menyediakan kebutuhan para konsumen.	0.580	0.198	Valid
2. Produk selalu memberikan inovasi terbaru.	0.616	0.198	Valid
3. Toko bebenito memasarkan iklan melalui website dan sosial media.	0.462	0.198	Valid
4. Informasi toko bebenito dari satu orang ke orang lain.	0.587	0.198	Valid
5. pelayanan yang memuaskan konsumen.	0.574	0.198	Valid
6. Produk yang berkualitas membuat konsumen merasa puas.	0.725	0.198	Valid
7. Konsumen memutuskan membeli barang yang diminati.	0.412	0.198	Valid

8. Konsumen membeli produk secara rutin.	0.568	0.198	Valid
9. Konsumen puas dengan produk yang dibeli	0.498	0.198	Valid
10. Konsumen memberikan penilaian yang baik untuk produk dan pelayanan.	0.578	0.198	Valid

sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Dari data tabel di atas, variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari 0.198 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka semua item pernyataan dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 5

Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Independen dan Variabel Dependen

Variabel	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Produk (X)	0.792	0.198	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.753	0.198	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan variabel kualitas produk (X) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,198 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Metode Analisis Data

Analisis Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X, terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X), dan keputusan pembelian (Y). Berikut ini hasil olahan data regresi dengan SPSS versi 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6

Hasil Pengolahan Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk (X)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	18.530	2.715		6.825	.000
1	kualitasproduk(X 1)	.538	.071	.609	7.565	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Data Primer tahun 2018, (diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresinya $Y = 18,530 + 0,538X$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 18,530 diartikan bahwa jika variabel X dan Y tidak ada maka telah terdapat kepuasan pelanggan 18,530.
- 2) Nilai 0,538 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel X, maka setiap perubahan 1 (satu) unit pada variabel X akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Y sebesar 0,538 point.

Analisis Koefisien korelasi

Analisis korelasi dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel bebas (X) yaitu kualitas produk dan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian. Berikut ini hasil olahan data analisis korelasi dengan SPSS versi 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7
Hasil Pengolahan Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.365	3.278

a. Predictors: (Constant), kualitasproduk(X)

Sumber : Data Primer tahun 2018, diolah dengan SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil nilai R korelasi 0.609 dinyatakan dalam tingkat hubungan antara variabel kualitas produk (X) dan keputusan pembelian (Y) kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) yaitu kualitas produk dan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian dalam bentuk persen (%). Berikut ini hasil olahan data analisis determinasi dengan SPSS versi 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.609 ^a	.371	.365	3.278
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), kualitasproduk(X1)

Sumber : Data Primer tahun 2018, diolah dengan SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil nilai R-Square 0.371 maka kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 37,1% sisanya 62,9% dipengaruhi faktor lain.

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).

Untuk pengujian hipotesis variabel kualitas produk (X) dan terhadap keputusan pembelian (Y) dilakukan dengan uji statistik t.

Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu sebagai berikut :

- (a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$: berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak
- (b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$: berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima

Adapun untuk menentukan besarnya t_{tabel} dicari dengan menggunakan rumus berikut ini :

$t_{tabel} = t_{\alpha, df}$ (Tarf Alpha x Degree of Freedom)

α = tarif nyata 5%

df = (n-2), maka diperoleh (99-2) = 97

$t_{tabel} = 1.661$

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 20, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 9

Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.530	2.715		6.825	.000
1 kualitasproduk(X1)	.538	.071	.609	7.565	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Data Primer tahun 2018, diolah dengan SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,565 > 1.661$), hal itu juga dibuktikan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group.

Jawaban Responden Berdasar Pada Variabel Kualitas Produk (X)

Kriteria dari obyek yang diteliti berdasarkan pada tanggapan responden pada butir pertanyaan tentang variabel kualitas produk (X) yang diberikan adalah sebagai berikut :

Tanggapan responden sangat beragam, responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(18,00\% + 47,52\%) = 65,52\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,57 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik, namun mengingat masih ada yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu sebesar $(3,44\% + 30,64\%) = 34,08\%$ maka untuk lebih baik lagi perusahaan perlu meningkatkan mutu produk dengan setiap produk memiliki warna yang selaras. agar dapat diketahui memiliki daya tahan tarik yang menarik bagi masyarakat luas dengan produk toko bebenito.

Jawaban Responden Berdasar Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Kriteria obyek yang diteliti berdasarkan pada tanggapan responden pada butir pertanyaan keputusan pembelian (Y) yang diberikan sebagai berikut:

Tanggapan responden sangat beragam, responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(20,02\% + 51,37\%) = 71,39\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,70 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik, namun mengingat masih ada yang menjawab kurang setuju dan ragu-ragu sebesar $(1,72\% + 26,79\%) = 28,51\%$ maka untuk lebih baik lagi perusahaan perlu peningkatan keseluruhan indikator baik mutu produk, dan keputusan pembelian yang meningkat, kemudian mengajak konsumen untuk memberikan penilaian akhir yang baik dalam memutuskan pembelian barang yang diminati sehingga meningkatkan penjualan sampai mencapai target.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya oleh penulis dalam penelitian ini, mengenai Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group sebagai berikut :

Kualitas Produk (X) mempunyai jumlah 99 responden yang dijadikan obyek penelitian ini, memberikan jawaban yang beragam. Diketahui dari jumlah 10 pernyataan yang diajukan,

responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(18,00\% + 47,52\%) = 65,52\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,57 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik salah satunya dengan skor 391 yang berarti produk yang memiliki bentuk model yang menarik. Keputusan Pembelian (Y) mempunyai jumlah 99 responden yang dijadikan obyek penelitian ini, memberikan jawaban yang beragam. Diketahui dari jumlah 10 pernyataan yang diajukan, responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(20,02\% + 51,37\%) = 71,39\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,70 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik salah satunya dengan skor 395 yang berarti informasi toko bebenito dari satu orang ke orang lain. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0.371, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara simultan adalah sebesar 37,1% sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,565 > 1,661$), hal itu juga dibuktikan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group. Hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan Mey Mey Melinda, yang menyimpulkan bahwa adanya Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Vegas Fried Chicken

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya oleh penulis dalam penelitian ini, mengenai Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Shop Bebenito Group sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X) mempunyai jumlah 99 responden yang dijadikan obyek penelitian ini, memberikan jawaban yang beragam. Diketahui dari jumlah 10 pernyataan yang diajukan, responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(18,00\% + 47,52\%) = 65,52\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,57 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik salah satunya dengan skor 391 yang berarti produk yang memiliki bentuk model yang menarik.
2. Keputusan Pembelian (Y) mempunyai jumlah 99 responden yang dijadikan obyek penelitian ini, memberikan jawaban yang beragam. Diketahui dari jumlah 10 pernyataan yang diajukan, responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar $(20,02\% + 51,37\%) = 71,39\%$ dengan perolehan rata-rata skor 4,70 termasuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 dengan kriteria sangat baik salah satunya dengan skor 395 yang berarti informasi toko bebenito dari satu orang ke orang lain.
3. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0.371, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara simultan adalah sebesar 37,1% sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang tinggi akan

meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,565 > 1.661$), hal itu juga dibuktikan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group.

2. Saran

1. Agar perusahaan perlu meningkatkan mutu produk dengan setiap produk memiliki warna yang selaras. agar dapat diketahui memiliki daya tahan tarik yang menarik bagi masyarakat luas dengan produk toko bebenito.
2. Agar perusahaan perlu meningkatkan keseluruhan indikator baik mutu produk, dan keputusan pembelian yang meningkat, kemudian mengajak konsumen untuk memberikan penilaian akhir yang baik dalam memutuskan pembelian barang yang diminati sehingga meningkatkan penjualan sampai mencapai target.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A., *Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Edisi Pertama. Mitra Utama, Jakarta. 2004.
- Algifari, *Analisis Regresi*, Yogyakarta, 2010.
- Alma, Buchori, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, CV. Alfabetha, Bandung, 2009.
- Angipora Marius P., *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2010.
- Assauri, Sofian, *Manajemen Produksi Dan Operasi*, LPFE Universitas Indonesia, Jakarta, 2012.
- Chandra, Gregorius, *Strategi Dan Program Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta, 2011.
- David W. Craven, *Strategic Marketing*, Mc-Graw Hill International, 2014.
- G.R. Terry, & Rue, Leslie W. Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta 2010.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Simon and Chuster. Inc. New York.
- Hasan, Ali. *Marketing*. Media Utama., Yogyakarta.
- Hasibuan, SP, *Dasar-dasar Perbankan*, Haji Masagung, Jakarta, 2012.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, CV. Alfabetha, Bandung, 2012.
- Keller dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta, 2012
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat belas, PT. Indeks, Jakarta, 2012.
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013
- Lovelock & Wright, *Principle of Services Marketing And Management*, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2011.
- Marknesis, Tim, *Customer Satisfaction and Beyond*, Marknesi, Yogyakarta, 2012.
- Saladin, Djaslim, *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung, 2012.
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012
- Singgih Santoso, *SPSS Statistik Parametrik Cetakan Kedua*, PT. Elek Media

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2012.
- Swastha, Bashu dan T. Handoko, *Manajemen Pemasaran Moderen*, BPFE, Yogyakarta, 2010..
- Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service Quality and Satisfaction*, Edisi tiga, Andi, Jakarta, 2012.
- Umar, Husen, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amoro book, Yogyakarta, 2013.
- Wawan S. Suherman, *Kurikulum Berbasis Kompetensi Pendidikan Jasmani Teori dan Praktik Pengembangan*, FIK UNY, Yogyakarta, 2012
- Wiliam J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh, Erlangga, Jakarta, 2010.
- Zeithaml & Bitner, *Service Marketing*, McGraw Hill Companies, Singapore, 2013.
- Zimmerer, TW dan Scarborough, NM, *Essential of Entrepreneur and Small Business Management*”, 2th, Prentice Hal. 2011.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2008.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-3, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2008.
- Setiawati, Bakti, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, Universitas Negeri Semarang (UNNES), 2006
- Evelina, N., Wiratno dan S. Listyorini, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2012
- Zainal, Fadly, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cat Semprot RJ London Chemcal Pada PT Mega Jaya Net*, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan 2016

Internet:

- https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2576/2108/17.05_wib_26/09/17
- http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2015/11.1.02.02.0375.pdf/12.10/18/09/2017
- https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=pengaruh+kualitas+produk+terhadap+loyalitas+pelanggan&hl=en&as_sdt=0,5&as_ylo=2010&as_yhi=2015/19.32_wib/26/09/2017
- <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/4626/Bab%202.pdf?sequence=10/4/06/2018/15:30wib>
- https://www.researchgate.net/publication/322692375_Pengaruh_harga_kualitas_produk_dan_distribusi_terhadap_keputusan_pembelian/04/09/2018/21:30wib
- <http://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://media.neliti.com/media/publications>