



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2022: 1887-1893

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS PAMULANG

Muhammad Rizky Amiruloh , Muhammad Arif

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

rizkyrifa49@gmail.com¹, marifnadmanajemen22@gmail.com²

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024	Promosi dan kualitas produk merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, semakin bagus kualitas produk yang dimiliki dan didukung dengan promosi yang menarik dan persuasif, maka akan dapat memberikan dorongan kepada konsumen dalam memberikan keputusan pembelian pada produk yang di pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, dan apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta apakah ada pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk converse pada mahasiswa "UNIVERSITAS PAMULANG" Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UNPAM
Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian	ABSTRACT <i>Promotion and product quality are important things that can influence purchasing decisions. The better the quality of the product you have and supported by attractive and persuasive promotions, then it will be able to provide encouragement to consumers in making purchasing decisions on the products being marketed. This research aims to find out whether there is an influence of promotions on purchasing decisions, and whether there is an influence of product quality on purchasing decisions and whether there is an influence of promotions and product quality on purchasing decisions for Converse products among "PAMULANG UNIVERSITY" students. The population in this study is all UNPAM students</i>
Keywords : Product, Product Quality, Purchasing Decisions	

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, dimana setiap perusahaan diuntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing.

Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya, maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan. (Astuti, Ardila, Lubis, 2020).

Segala jenis bisnis membutuhkan pelanggan yang baik untuk meningkatkan penjualan. Pengusaha mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan karena semakin banyak pelanggan yang mereka miliki, bisnis akan semakin layak dan berkelanjutan. Kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan selalu lebih baik, karena dengan adanya komunikasi yang baik antara pengusaha dengan karyawan dan pelanggan maka pelanggan akan puas membeli dalam jangka waktu yang lama. (Fadhli & Pratiwi, 2021). Begitu pun dengan perusahaan yang membuat produk sepatu dengan brand Converse, merek ini sudah dikenal banyak kalangan karena kualitas dan modelnya yang menarik di mata para kaum milenial. Maka dari itu, para remaja memutuskan untuk membeli produk tersebut.

KAJIAN LITERATUR

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk membeli dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain sebagainya. (Riadi, 2020). Adapun 5 indikator menurut keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2013), diantaranya : 1). Identifikasi masalah, 2). Pencari Informasi, 3). Evaluasi Alternative, 4). Keputusan Pembelian, 5). Perilaku Pasca Pembelian.

Manajemen Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2013), manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan serta pelaksanaan dan pengendalian berbagai program yang di buat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang. (Tahir, 2023). Manajemen pemasaran ini sangat penting, karena memiliki beberapa fungsi, yaitu analisis pasar, segmentasi pasar, menetapkan pasar, dan penempatan pasar. Selaiannya itu,, tujuan dari manajemen pemasaran ini untuk menciptakan permintaan, meningkatkan keuntungan, menciptakan pelanggan baru, memuaskan pelanggan, dan memberikan citra yang baik. (dikutip dari Sampoerna University, 2022).

Strategi Pemasaran

Menurut effendi dkk, (2022: 52), dalam Ulfithroh, (2023), Strategi pemasaran merupakan proses ataupun model untuk, membolehkan perusahaan ataupun organisasi untuk memfokuskan sumber daya yang terbatas pada yang terbaik kesempatan untuk tingkatan penjualan serta dengan demikian menggapai keunggulan kompetitif.

Menurut fauzi dkk, (2021: 9) Pengertian strategi merupakan upaya memasarkan suatu produk , baik itu barang atau jasa, dengan memakai pola rencana serta taktik tertentu sehingga . jumlah penjualan jadi lebih besar . Penafsiran strategi pemasaran pula bisa dimaksud selaku rangkaian upaya yang dicoba oleh perusahaan dalam rangka menggapai tujuan tertentu, sebab

kemampuan untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui perihal tersebut. (Ulfithroh, 2023).

Media pemasaran

Menurut Tumanggor & Machasin (2022 : 92-101) pemasaran memiliki 3 tingkatan penjualan yang dimanfaatkan pembisnis UMKM untuk memasarkan produknya adalah :

1. Media Sosial

Media social merupakan suatu media online dengan para penggunanya dapat dengan gampang berpartisipasi, berbagi, serta menghasilkan isi. Media social meliputi *web*, jejaring sosial, forum serta dunia virtual. *Web*, jejaring sosial, dan wujud sosial yang sangat universal di gunakan oleh warga seluruh dunia.

2. Blog & web untuk Bisnis

Web ini memiliki guna atau manfaat yang sangat bermacam-macam, mulai dari hanya berbentuk suatu catatan harian, media publikasi dalam wujud promosi tentang produk ataupun jasa-jasa yang ditawarkan, hingga dengan program-program media yang lain serta perusahaan-perusahaan kelas atas.

3. Marketplace

Definisi market place secara bahasa berarti “pasar” di internet. Sebagaimana pasar pada biasanya, pasar yang satu ini ialah tempat jual beli barang. Dengan terdapatnya pasar global yang tidak terbatas , perihal tersebut mendorong para pelakon bisnis untuk melaksanakan inovasi dalam menggunakan media online selaku lahan bisnis.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode peneleitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. Dalam proses penelitian kualitatif hal-hal yang bersifat perspektif subjek lebih ditonjolkan dan landasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan ketika melakukan penelitian. Metode penelitian kualitatif mengutamakan pengamatan terhadap fenomena. Pengamatan data ini dilakukan melalui wawancara yang akan ditujukan kepada mahasiswa Universitas Pamulang, kemudian di uraikan dengan kata-kata yang berasal dari hasil wawancara tersebut sehingga memberikan gambaran terhadap fenomena yang terjadi.

Hasil dan Pembahasan

Indikator	Keputusan Pembelian
Responden 1	
Pertanyaan	Jawaban / hasil wawancara
1. Apakah kamu menyukai produk sepatu merek converse ?	Iya, saya menyukai sepatu Converse, karena Converse salah satu merek sepatu yang banyak disukai oleh banyak orang.
2. Sepatu Converse cocok untuk penggunaan sehari-hari ?	Iya, cocok untuk digunakan sehari-hari karena design nya yang nyamandan serbaguna.
3. Untuk aktivitas apa biasanya kamu menggunakan sepatu	Biasanya saya pakai untuk bekerja dan kuliah

converse ?	
4. Apakah harga sepatu Converse cukup terjangkau ?	Harga sepatu converse bervariasi tergantung model dan koleksinya. Namun, secara umum banyak yang menganggap harga Converse terjangkau untuk sepatu berkualitas
5. Menurut anda, apa yang membedakan sepatu Converse dengan lainnya ?	Design nya yang klasik dan ikonik

Responden 2	
Pertanyaan	Jawaban / Hasil wawancara
1. Apakah kamu menyukai produk sepatu merek converse ?	Betul saya sangat suka
2. Sepatu Converse cocok untuk penggunaan sehari-hari ?	Kalau dari saya cocok karena saya sendiri biasa saya pakai untuk sehari-hari
3. Untuk aktivitas apa biasanya kamu menggunakan sepatu converse ?	Saya biasa gunakan untuk kerja, kuliah dan hangout
4. Apakah harga sepatu Converse cukup terjangkau ?	Sangat terjangkau
5. Menurut anda, apa yang membedakan sepatu Converse dengan lainnya ?	Banyak model dan harga nya cukup terjangkau

Responden 3	
Pertanyaan	Jawaban / Hasil wawancara
1. Apakah kamu menyukai produk sepatu merek converse ?	Lumayan suka
2. Sepatu Converse cocok untuk penggunaan sehari-hari ?	iyaa cocok
3. Untuk aktivitas apa biasanya kamu menggunakan sepatu converse ?	Untuk jalan berpergian / Hangout
4. Apakah harga sepatu Converse cukup terjangkau ?	lumayan terjangkau tidak terlalu mahal
5. Menurut anda, apa yang	Bentuk yang simple, model yang simple tapi elegan

membedakan sepatu Converse dengan lainnya ?	
---	--

Responden 4	
Pertanyaan	Jawaban / Hasil wawancara
1. Apakah kamu menyukai produk sepatu merek converse ?	Tidak terlalu, karena yang saya tau warnanya hanya hitam putih hanya dan tali putih, walaupun modelnya tidak hanya satu
2. Sepatu Converse cocok untuk penggunaan sehari-hari ?	Cocok, karena warna dan modelnya yang simple cocok digunakan sehari-hari maupun formal
3. Untuk aktivitas apa biasanya kamu menggunakan sepatu converse ?	Biasayanya saya menggunakan sepatu converse pada saat hangout dengan teman
4. Apakah harga sepatu Converse cukup terjangkau ?	Menurut saya, harga sepatu converse ini cukup mahal ada kualitas yang bagus dan merek ini sudah dikenal banyak orang
5. Menurut anda, apa yang membedakan sepatu Converse dengan lainnya ?	Menurut saya, semua brand sepatu pasti memiliki perbedaan baik dari segi harga, kualitas, dan model. Semua tergantung dari selera masing2 orang

Responden 5	
Pertanyaan	Jawaban / Hasil wawancara
1. Apakah kamu menyukai produk sepatu merek converse ?	iyaa saya suka
2. Sepatu Converse cocok untuk penggunaan sehari-hari ?	Cocok, karena logo bintang nya yang saya suka dan saya suka pakai untuk sehari-hari
3. Untuk aktivitas apa biasanya kamu menggunakan sepatu converse ?	biasanya saya gunakan untuk kuliah, untuk hangout dengan teman
4. Apakah harga sepatu Converse cukup terjangkau ?	cukup terjangkau bagi saya tidak mahal juga tidak terlalu murah
5. Menurut anda, apa yang membedakan sepatu Converse dengan lainnya?	Model nya yang simple tidak norak nyaman di pakai.

Kesimpulan

Responden 1	Secara umum, sepatu Converse disukai karena desainnya yang nyaman, serbaguna, klasik dan ikonik, serta dianggap sebagai
-------------	---

	sepatu berkualitas yang terjangkau.
Responden 2	Secara keseluruhan, produk ini disukai karena cocok digunakan sehari-hari untuk berbagai aktivitas dengan harga yang terjangkau dan variasi model yang beragam.
Responden 3	Produk ini cocok untuk digunakan saat jalan-jalan atau hangout, karena harganya yang terjangkau dan memiliki desain yang simpel namun elegan.
Responden 4	Sepatu Converse memiliki warna yang sederhana, cocok digunakan dalam berbagai situasi dan harganya cukup mahal, namun berkualitas. Selain itu, setiap merek sepatu memiliki perbedaan harga, kualitas, dan model yang sesuai dengan selera tiap orang.
Responden 5	Logo bintang pada produk tersebut yang disukai dan sering digunakan sehari-hari di kampus maupun bersama teman-teman, karena desainnya yang simpel, nyaman, dan harganya yang terjangkau.
Interpretasi	
Secara umum, sepatu Converse banyak disukai karena kenyamanan, kemudahan, dan desainnya yang klasik, serta dianggap sebagai sepatu berkualitas dengan harga terjangkau. Harganya yang terjangkau dan modelnya yang beragam membuat sepatu ini cocok digunakan sehari-hari dalam berbagai aktivitas.	

Kesimpulan

Konsumen memilih sepatu Converse karena berbagai alasan, termasuk kenyamanan, kemudahan, gaya, dan harga yang terjangkau. Desain sepatu yang nyaman dan serbaguna menjadi daya tarik utama, ditambah dengan model klasik yang tidak lekang oleh waktu dan bahannya berkualitas setara juga merupakan faktor penentu. Selain itu, sepatu Converse identik dengan gaya kasual dan trendi yang digemari banyak kalangan, cocok untuk berbagai aktivitas, dan mudah dipadupadankan dengan berbagai gaya pakaian. *Brand awareness* yang kuat, nilai sejarah dan budaya, serta popularitas di kalangan influencer dan selebriti juga menjadi faktor pendukung dalam menarik minat konsumen.

Daftar Pustaka

- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 204-219.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 603-612.
- Riadi, M. (2020, Mei 30). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Diambil kembali dari KajianPustaka: <https://www.kajianpustaka.com>
- Sampoerna University. (2022, Maret 23). *Pengertian Manajemen Pemasaran, Fungsi dan Tujuannya*. Diambil kembali dari Sampoerna University: <https://www.sampoernauniversity.ac.id>

Ufithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor AC di CV. Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2016-2023.