

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. DINAMIK SENTOSA DI JAKARTA

Ahmad Nurhadi  
Universitas Pamulang  
Surel: dosen01023@unpam.ac.id

**Abstract: The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions at PT. Dinamik Sentosa in Jakarta.** This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions at PT. Dinamik Sentosa in Jakarta. The method used is explanatory research with a sample of 87 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable product quality obtained an average score of 3.43 with good criteria. The purchase decision variable obtained an average score of 3.80 with good criteria. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a regression equation value of  $Y = 8.879 + 0.850X$ , and a correlation coefficient value of 0.775 or has a strong level of relationship with a determination value of 60.0%. Hypothesis testing obtained a significance of  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** Product Quality, Purchase Decision.

**Abstrak: Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 87 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,43 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembelian diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,80 dengan kriteria baik. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai persamaan regresi  $Y = 8,879 + 0,850X$ , dan nilai koefisien korelasi 0,775 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 60,0%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

### PENDAHULUAN

Dalam Era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan di berbagai sektor membawa dampak yang salah satunya yaitu semakin beragamnya kebutuhan manusia mulai dari sektor kebutuhan pokok seperti makanan hingga kebutuhan lainnya seperti kendaraan dan produk fashion. Kebutuhan manusia yang paling mendasar untuk dapat bertahan hidup dengan baik adalah sandang, pangan,

dan papan. Bila ketiga kebutuhan tersebut dapat terpenuhi, Manusia dapat dikatakan sejahtera. Ketiga unsur kebutuhan pokok yang harus manusia penuhi tersebut memang berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan manusia. Selain ketiga unsur pokok kebutuhan manusia tersebut, kebutuhan manusia sangatlah bervariasi, sedikit atau banyaknya adalah relatif tergantung pada kemampuan atau daya beli seseorang. Daya beli seseorang tentulah

sangat dipengaruhi oleh penghasilan yang ia peroleh dalam kurun waktu tertentu setelah ia bekerja. Dengan semakin meningkatnya perekonomian masyarakat dan untuk menghadapi pemasaran global maka akan berpengaruh terhadap tingkat perubahan berbelanja yang selama ini telah dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Masyarakat Indonesia terutama pada lingkungan perkotaan, pada umumnya melaksanakan aktivitas berbelanja produk fashion.

Usaha dibidang fashion saat ini telah berkembang besar di Indonesia, mulai dari fashion anak-anak sampai fashion orang dewasa sangat banyak saat ini kita jumpai disemua modern market ataupun di dapertement store. dan produk yang ada di Indonesia pun tidak hanya didalam negeri saja tapi ada juga dari luar negeri. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi di Indonesia didalam pemasaran sudah dapat bersaing dengan perusahaan luar. Dan ini dapat membuat timbulnya persaingan di dalam dunia usaha. PT. Dinamik Sentosa merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam pembuatan produk tas dengan fashion saat ini yang telah berkembang besar di Indonesia, mulai dari fashion anak-anak sampai orang dewasa dengan berbagai macam produk tas dan warna yang menarik serta kualitas yang bagus. Pendirian sophie paris dimulai dari usaha pembuatan tas rumahan oleh ekspatriat asal prancis, Bruno Hasson. Tas yang diproduksi mendapat sambutan baik dari masyarakat dan lambat laun penjualannya semakin pesat. Oleh sebab itu , Bruno hasson merekrut karyawan, menyewa gedung, dan menerapkan sistem penjualan langsung dengan memanfaatkan tenaga penjual yang

diberi insentif untuk menjual produk sophie paris. Selanjutnya sophie paris dipasarkan melalui sistem pemasaran berjenjang (MLM) dengan merekrut anggota sebagai mitra untuk memasarkan produk-produk sophie hinggakan ke pelosok nusantara.

Agar produk yang di hasilkan sesuai dengan harapan apa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen, menurut Kolter dan Keller (2009:4) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide. Dengan menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen dan memiliki keunggulan tersendiri, maka dengan sendirinya konsumen akan melirik dan memutuskan untuk membeli produk yang di hasilkan.

Maka dari itu perusahaan harus bisa menciptakan produk yang berkualitas agar mencerminkan hasil yang baik. Kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa akan tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Menurut Kolter dan Armstrong (2012:83) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan. Keadaan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Menurut Kolter dan Armstrong (2012:157) “ customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuas and households

taht buy goods and services for personal consumption”, 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.

Menurut Suharno (2010:96) keputusan pembelian adalah di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Jadi berdasarkan asumsi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku konsumen untuk

membeli suatu arang atau jasa yang mereka sukai. Untuk melihat bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam membeli sebuah produk. Maka bisa dilihat dari sebuah perusahaan yang saat ini memiliki perkembangan pesat, salah satunya adalah PT. Dinamik Sentosa. Perusahaan ritael di Indonesia yang menyediakan berbagai macam bentuk varian serta keputusan pembelian konsumen.

Selain itu model produk sangatlah berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. Berikut adalah beberapa contoh model tas sophie paris.

Narguize Bag	Varte Bag	Annabelle Bag	Dionne Bag	Delaney Bag
				

**Gambar 1. Model Produk Tas PT. Dinamik Sentosa**

Menurut Kotler dan Kevin Lane (2008:10) Design adalah totalitas fitur yang memengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Dengan harga yang relatif baik seharusnya perusahaan mampu memberikan produk yang berkualitas dengan model yang bervariasi. Kualitas produk sangatlah berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk menentukan terciptanya harga, model produk, hingga kemasan suatu produk. sehingga terciptanya pokok produk yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang masalah kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Dinamik Sentosa”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta ?.
2. Bagaimana keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta ?.

- Adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta ?.

#### Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui kondisi kualitas produk pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta.
- Untuk mengetahui kondisi keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta.
- Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamik Sentosa di Jakarta.

#### METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 76 responden yaitu konsumen Hypermart cabang Bintaro

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi

dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 responden.

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

#### PEMBAHASAN

##### Analisis Deskriptif.

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Descriptive Statistics					
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas produk (X1)	7	29	44	34.31	3.763
Keputusan pembelian (Y)	7	29	49	38.01	4.127
Valid N (listwise)	7				

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Kualitas produk diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,43 dengan standar deviasi 3,763. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,80 dengan standar

deviasi 3,499. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

##### Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

##### Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel

dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil

pengujiannya sebagai berikut:

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.879	2.595		3.422	.001
Kualitas produk (X)	.850	.075	.775	11.294	.000

**Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi  $Y = 8,879 + 0,850X$ . Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 8,879 diartikan jika kualitas produk tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 8,879 point.

Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,850, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,850 point maka

keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,850 point.

#### Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.

#### Correlations<sup>b</sup>

		Kualitas produk (X1)	Keputusan pembelian (Y)
Kualitas produk (X1)	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,775 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

#### Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.600	.595	2.625

**Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,600 artinya kualitas produk memiliki kontribusi pengaruh sebesar 60,0% terhadap keputusan pembelian.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.879	2.595		3.422	.001
	Kualitas produk (X)	.850	.075	.775	11.294	.000

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,294 > 1,988), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

#### 1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan jawaban responden, variabel kualitas produk diperoleh *rating score* sebesar 3,43 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

#### 2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian

Berdasarkan jawaban responden, variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score* sebesar 3,80 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

#### 3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 8,879 + 0,850X$ , nilai korelasi sebesar 0,775 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,0%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,294 > 1,988). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

### KESIMPULAN

Kesimpulan:

- Variabel kualitas produk diperoleh *rating score* sebesar 3,43 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.



2. Variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score* sebesar 3,80 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 8,879 + 0,850X$ , nilai korelasi sebesar 0,775 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 60,0% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau  $(11,294 > 1,988)$ .

Saran:

1. Untuk Kualitas Produk, sarannya agar model produk di sesuaikan dengan trend masa saat ini dan dibuat dengan material yang berkualitas, diharapkan dapat memberikan peningkatan terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Untuk Keputusan Pembelian, sarannya agar produk tas bisa lebih awet dan tahan lama ketika digunakan dan diharapkan bisa bersaing dengan merk lain, sehingga para konsumen merasakan kebanggaan pada saat membeli dan memakainya serta menumbuhkan rasa kepuasan terhadap produk tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Algifari. 2015. “Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi”. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofian. 2008. Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta : LPFE Universitas Indonesia.

Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek Dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Handi Irawan, “Prinsip Kepuasan Nasabah”, Cetakan Kelima, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.

Hurriyati, Ratih, “Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen”, CV. Alfabetha, Bandung, 2010.

Imam Ghozali. 2017. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Istijanto. 2014. “Riset Sumber Daya Manusia”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Kasmir. 2010. Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Keenam. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Keller dan Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid Satu. Jakarta : Erlangga.

Kharis, Ismu Fadli. 2011. “Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro.

Kotler, Phillip. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta : Erlangga.

Kotler, Phillip. 2010. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketigabelas belas, Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Kotler, Phillip. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Keempat belas*, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Malayu S.P Hasibuan. 2009. *Dasardasar Perbankan*. Jakarta : Haji Masagung.
- Malayu S.P Hasibuan. 2012. *Dasardasar Perbankan*. Jakarta : Haji Masagung.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 340/MEN/KES/PER/III/2010 Tentang Tugas Dan Fungsi Rumah Sakit.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). *Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang*. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Rao, Purba, 2012. "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis", *The Asian*.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.
- Santoso, Singgih. 2015. "Menguasai Statistik Multivariat". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sudjana 2014. *Metode Statistika*", Bandung: Tarsido.
- Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "Metode Riset Pemasaran". Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2014). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pendidik (Doctoral dissertation, Universitas Pamulang)*.
- Sunarsi, D. 2016. *Pengaruh Minat, Motivasi Dan Kecerdasan Kognitif Terhadap Prestasi Belajar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Pamulang. Thn. Akademik 2015-2016)*. In *Proceedings (Vol. 1, No. 1)*.
- Sunarsi, D. 2018. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakterisrik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol 2 No 3
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Malang : Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Malang : Bayu Media Publishing.