PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survey pada Distro Russia Cloth Bandung)

Oleh:
Bagus Sigit Handoko
21211100

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk di Rusia Cloth, untuk menentukan lokasi usaha di Rusia Cloth, untuk menentukan respon dari keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk Rusia Cloth, untuk mengetahui berapa banyak kualitas produk dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian produk di Rusia Cloth. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah karyawan Rusia cloth yang berjumlah 96 orang sebagai populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling sehingga diperoleh sebanyak 30 orang sebagai sampel. Hasil dalam penelitian menunjukkan adanya hubungan antara kualitas produk dan lokasi berada di kategori kurang baik dan keputusan pembelian juga dalam kategori kurang baik. Hasil perhitungan korelasi pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

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

Abstract

This study aims to know the quality of the products in Russia, to determine the location of the Cloth business in Russia Cloth, to determine the response of the purchasing decisions of consumers to purchase products Russia Cloth, to find out how much the quality of the product and location influence the purchasing decisions of products in Russia Cloth. This research method using descriptive method with the verifikatif approach. The unit of analysis in this research were Russia cloth 96 people as a population. The sampling technique used was random sampling so obtained as many as 30 people as a sample. The results in the research showed a relationship between product quality and location are in the category and also in the category of purchasing decisions. The results of the calculation of correlation on the quality of the products towards purchasing decisions shows a strong connection between the quality of the products towards purchasing decisions.

Keywords: ***Quality and Location, Purchase Decision***

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini persaingan bisnis yang bergerak dalam bidang *fashion* semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen terutama dalam persaingan Usaha Kecil Menengah yang berkaitan dengan *clothing* atau distro. Bandung yang dikenal sebagai *Market Leader* dalam industri kreatif dan mode di Indonesia dengan julukan khas *Paris Van Java* memiliki banyak *store* atau toko baju yang lebih dikenal lagi dengan distro *(distribution store)* yang bertebaran di seluruh kawasan Bandung.

Pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Setiap bisnis atau pelaku usaha yang tidak mencermati akan keiinginan dan kepuasan pelangganya akan kalah dalam persaingan bisnis yang ada. Schanaars dalam Tjiptono (2004:24)

Russia Cloth adalah salah satu produsen clothing yang terletak dikawasan Bandung yang berdiri sejak tahun 2007. Russia Cloth sebagai salah satu produsen clothing harus saling berlomba dengan unit usaha bisnis serupa untuk mencari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk dan menyusun strategi yang tepat sehingga dapat mendominasi pasar clothing yang ada di Bandung pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Namun kenyataannya pelanggan Distro Russia Cloth terdapat indikasi bahwa kualitas produk Russia Cloth tidak awet.

Penyebab tersebut dikarenakan tidak puas dengan produk yang tidak awet, artinya pelanggan merasakan ketidakpuasan akan produk yang dihasilkan. Selain itu permasalahan lain yang menyebabkan kualitas produk yang kurang sesuai dengan keiinginan konsumen dan lokasi usaha yang kurang strategis sehingga konsumen sulit untuk menemukan letak toko maka akan menghambat perkembangan usaha distro Russia Cloth.

Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas produk pada Russia Cloth.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang lokasi pada Russia Cloth.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian untuk membeli produk Russia Cloth.
4. Seberapa besar pengaruh kualiats produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Russia Cloth secara parsial.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas produk pada Russia Cloth.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap lokasi pada Russia Cloth.
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian untuk membeli produk Russia Cloth.
4. Untuk mengatahui seberapa besar kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada Russia Cloth secara parsial.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2008) mengemukakan kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Indikatornya adalah: 1. *Performance* (kinerja) 2. *Durability* (daya tahan) 3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), 4. *Features* (fitur), 5. *Reliability* (reliabilitas), 6. Aesthetics (estetika), 7. *Perceived quality* (kesan kualitas), 8. *Perceived quality* (kesan kualitas). Tjiptono (2008)

Lokasi

Lokasi atau tempat juga merepentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen. Seperti yang dikatakan oleh Kotler (2009:94-95), lokasi atau tempat juga harus bisa memasarkan atau mempromosikam dirinya. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategis (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994) dalam buku Tjiptono (2006:147). Indikatornya adalah: 1. Alur Lalulintas yang melewati lokasi tersebut dan aksesbilitas menuju lokasi tersebut. 2. Karakteristik Dari Lokasi, 3. Larangan/Peraturan. Levy&Weitz (2007:213).

Keputusan Pembelian

Helga Drumond (2003:68), keputusan pembelian adalah mengidentifikasikan semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masingmasing. Indikatornya adalah: 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi, 3. Evaluasi alternatif 3. Keputusan pembelian, 5. Perilaku pasca pembelian, 6. Peran Dalam Pembelian. Kotler (2005:223).

Hubungan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Suatu produk dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila mempunyai dampak yang positif terhadap perusahaan, meliputi peningkatan penjualan dan peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat, serta peningkatan pengetahuan masyarakat atas penggunaan produk perusahaan. Simamora (2004:79), mengatakan bahwa kualitas produk meliputi dimensi-dimensi yang terkait dengan produk atau merk seperti performance, conformance, daya tahan, keandalan, design, gaya, reputasi dan lain-lain.

Hubungan antara Lokasi dan Keputusan Pembelian

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam Rifki Khoirun (2011) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Larosa (2010) yang menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian, menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefesien regresi sebesar 0,341.

Hipotesis :

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran tersebut diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adala sebagai berikut:

1. Kualitas Produk yang dihasilkan *Distro* Russia Cloth cukup baik.
2. Keberadaan Lokasi *Distro* Russia Cloth cukup baik.
3. Keputusan Pembelian produk *Distro* Russia Cloth oleh konsumen meningkat
4. Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian produk *Distro* Russia Cloth secara parsial.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Kualitas produk (X_1), Lokasi (X_2), Keputusan pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan survey pada Distro Russia Cloth Bandung.

Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan pendekatan verifikatif.

Menurut Moh. Nazir (2011:54) pengertian dari metode deskriptif analisis adalah :

“Metode analisis deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu

kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki".

Menurut Mashuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut:

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *Explanatory Survey*. *Explanatory Survey* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian (Narimawati Umi, 2008:72). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh seluruh karyawan di Russia cloth dengan jumlah 96 karyawan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian (Narimawati Umi, 2008:77). Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *stratified random sampling. Stratifed random sampling* adalah metode penarikan sampel terlebih dahulu mengelompokkan populasi kedalam strata-strata berdasarkan kriteria tertentu kemudian memilih secara acak sederhana setiap stratum (Vincent Gaspersz, 2000:63).

Metode penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan *slovin,* dengan menggunakan rumus slovin bahwa dengan populasi sebanyak 96 orang, tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% maka dapat diketahui sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 30 orang pegawai dengan pembulatan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi (pengamatan langsung), wawancara atau interview, kuesioner, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89). Rumus validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *Korelasi Product Moment.*

Tabel. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	1	**0,683**	0,374	**Valid**
	2	**0,826**	0,374	**Valid**
	3	**0,735**	0,374	**Valid**
	4	**0,761**	0,374	**Valid**
Lokasi Usaha (X_2)	1	**0,835**	0,374	**Valid**
	2	**0,880**	0,374	**Valid**
	3	**0,876**	0,374	**Valid**
	4	**0,818**	0,374	**Valid**
Keputusan Pembelian (Y)	1	**0,914**	0,374	**Valid**
	2	**0,931**	0,374	**Valid**
	3	**0,877**	0,374	**Valid**

Sumber: hasil pengolahan data

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman–Brown Correlation)*, teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap – ganjil).

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabiltas X_1, X_2, dan Y

Variabel	Nilai $C\alpha_{hitung}$	Nilai $C\alpha_{minimum}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,725	0,70	Reliabel
Lokasi Usaha (X2)	0,873	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,888	0,70	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :
Y = Variabel dependen

X_1, X_2 = Variabel Independen
A = Konstanta
β_1, β_2 = Koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas produk (X_1) dan Lokasi (X_2) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan pembelian (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:
Y = variabel dependen
α = konstanta dari persamaan regresi
β_1 = koefisien regresi dari variabel X_1
β_2 = koefisien regresi dari variabel X_2
X_1 = variabel independen
X_2 = variabel independen
ε = faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.Model regresi yang baik seharusnya memiliki residu yang berdistribusi secara normal. Secara visual, uji normalitas residu dapat dideteksi pada gambar grafik *p-p plot* dengan kriteria pengujian apabila *observed* (data residu) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, dapat disimpulkan bahwa model memiliki residu yang berdistribusi secara normal. dak berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) dalam sebuah model regresi linier berganda saling berkorelasi sempurna dengan variabel bebas lainnya atau tidak. Model regresi linier berganda yang baik seharusnya terbebas dari masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi masalah multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* serta nilai VIF. Apabila nilai *tolerance value*> 0,10 dan nilai VIF < 10, dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas tehadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel secara parsial digunakan Uji-t dengan langkahnya antara lain: Membuat formulasi hipotesis, menentukan level signifikasi dengan menggunakan t – tabel, menghitung nilai t – statistik dan mengambil keputusan dengan asumsi jika t – hitung < t – tabel, maka Ho diterima, jika t – hitung = t – tabel, maka Ho diterima, jika t – hitung > t – tabel, maka Ho ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Hasil persentase total skor jawaban responden pada variabel kualitas produk sebesar 44,42 berada pada interval 36 – 52. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada Distro Russia cloth berada dalam kategori kurang baik.

Analisis Deskriptif Lokasi

Hasil persentase total skor jawaban responden pada variabel lokasi sebesar 44,58 berada pada interval 36 – 52. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi pada Distro Russia cloth secara umum berada dalam kategori kurang baik.

Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian

Hasil persentase total skor jawaban responden pada variabel keputusan pembelian sebesar 44,73 berada pada interval 36 – 52. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pada Distro Russia cloth secara umum berada dalam kategori kurang baik.

Analisi Verifikatif

Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda secara komputerisasi didapatkan hasil sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,176	,520		4,185	,000
	KUALITAS PRODUK	,328	,078	,423	4,192	,000
	LOKASI	,262	,078	,339	3,360	,001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 16.0., 2015

Regresi berganda memiliki persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + E$$

Berdasarkan pengolahan data secara regresi berganda pada tabel 4.40 yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0 *for Windows*, maka didapat hasil

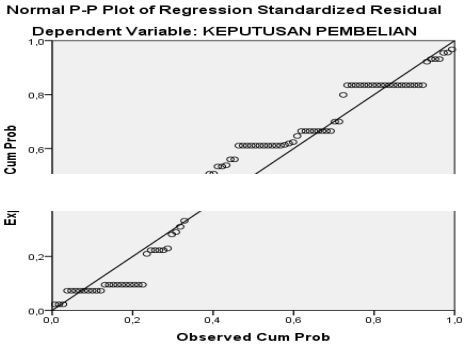
regresinya berupa nilai a = 2,176; b_1 = 0,328; dan b_2 = 0,262 yang dapat ditulis kedalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2{,}176 + 0{,}328\ X_1 + 0{,}262\ X_2$$

Pada persamaan tersebut nilai a konstanta adalah 2,176 hal tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak ada kualitas produk dan lokasi usaha atau diasumsikan 0, maka keputusan pembelian adalah 2,176. Koefisien regresi pada variabel kualitas produk dan lokasi usaha adalah 0,328, artinya setiap perubahan satu satuan kualitas produk dengan lokasi usaha diasumsikan tetap, maka nilai keputusan pembelian berubah sebesar 0,328. Begitu pula koefisien pada variabel lokasi usaha adalah 0,262 artinya setiap perubahan satu satuan lokasi usaha dengan kualitas produk diasumsikan tetap, maka nilai keputusan pembelian berubah sebesar 0,262.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Dari gambar 1 grafik P-P Plot diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, hal ini terlihat pada gambar bahwa persyaratan normal bisa dipenuhi karena dapat dikatakan data tersebar di sekeliling garis lurus.

Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PRODUK	,541	1,848
	LOKASI	,541	1,848

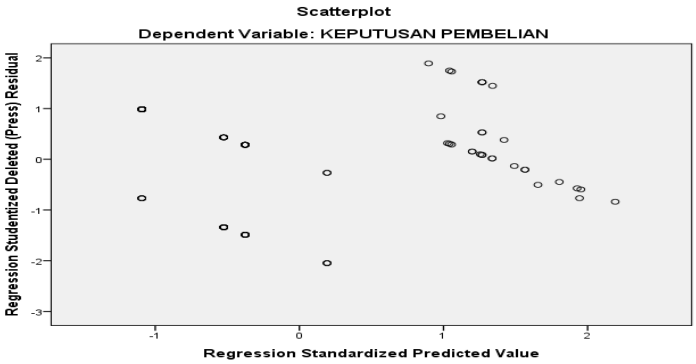
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 16.0., 2015

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa kualitas produk dan lokasi menunjukan nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa

variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolineritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat baik variabel dependent kinerja keputusan pembelian tidak terdapat heteroskedastisitas, hal ini dapat dilihat dari gambar diatas dimana distribusi menyebar diatas maupun dibawah sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu.

Analisis Korelasi

Korelasi Secara Parsial antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Hasil koefisien korelasi sebesar 0,653 dengan signifikansi sebesar 0,000 pada pengujian terhadap 96 responden. Untuk taraf signifikansi 0,05 maka (0,000 < 0,05) maka H_o ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain terdapat hubungan positif antara kualitas produk (X_1) dengan keputusan pembelian (Y).

Dari hasil olah data diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,653 atau 65,3% dengan arah hubungan positif.

Berdasarkan interpretasi nilai koefisien korelasi menurut tabel derajat hubungan antar variabel di atas, maka nilai koefisien korelasi sebesar 0,653 berada pada interval 0,60 - 0,799 yang termasuk ke dalam tingkat hubungan kuat.

Korelasi Secara Parsial antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Hasil koefisien korelasi sebesar 0,625 dengan signifikansi sebesar 0,000 pada pengujian terhadap 96 responden. Untuk taraf signifikansi 0,05 maka (0,000 < 0,05) maka H_o ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain terdapat hubungan positif antara lokasi usaha (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Dari hasil olah data diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,625 atau 62,5% dengan arah hubungan positif.

Berdasarkan interpretasi nilai koefisien korelasi menurut tabel derajat hubungan antar variabel di atas, maka nilai koefisien korelasi sebesar 0,625 berada pada interval 0,60 - 0,799 yang termasuk ke dalam tingkat hubungan kuat.

Analisis Koefesien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari gaya kepemimpinan transformasional dan penempatan kerja terhadap naik turunnya kinerja karyawan dihitung dengan suatu koefisien determinasi (KD).

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\ \% \\ &= (0{,}699)^2 \times 100\ \% \\ &= 48{,}86\% \\ &= 48{,}8\% \end{aligned}$$

Hasil pengolahan data di atas menunjukan bahwa kualitas produk dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 48,8%, sedangkan sisanya sebesar 51,2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan, penetapan harga , promosi, dan yang lainnya.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang dianalisis yaitu kualitas produk (X_1), lokasi (X_2) sebagai variabel bebas, terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan apakah diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan, maka dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi (Uji t) dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berikut adalah rumus yang digunakan dalam pengujian hipotesis :

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

Dari rumus tersebut diperoleh :

$$t_{hitung} = 0{,}699\sqrt{\frac{96-2}{1-(0{,}699)^2}} = \frac{6{,}7770}{0{,}7151} = 9{,}4769 = 9{,}47$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui nilai t_{hitung} sebesar 9,47, sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (dk) = 96 – 2 = 94 adalah sebesar 1.66123, t_{hitung} (9,47) > t_{tabel} (1.66123), maka H_o ditolak dan H_a diterima. Jadi, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu " terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian " dapat

diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dan lokasi usaha pada russia cloth berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari Penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada russia cloth termasuk dalam klasifikasi kurang baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana setiap indikator berada pada kategori kurang baik hal ini dikarenakan kurangnya memperhatikan aspek kualitas produk.
2. Lokasi usaha distro russia cloth berada pada klasifikasi kurang baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana setiap indikator berada pada kategori kurang baik hal ini dikarenakan kurangnya memperhatikan aspek lokasi distro yang kurang strategis.
3. Keputusan permbelian pada distro russia cloth termasuk dalam kategori kurang baik. Hal ini mengindikasikan turunnya minat konsumen dalam membeli produk russia cloth hal ini dikarenakan kurangnya minat konsumen terhadap produk Russia Cloth yang kurang memperhatikan faktor dari beberapa variabel yang berkaitan dengan penelitian ini.
4. Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Russia Cloth dengan tingkat klasifikasi yang kuat.

Saran

Saran dari Penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kualitas produk pada distro russia cloth, sebaiknya kualitas produk lebih ditingkatkan karena kualitas akan sangat berpengaruh terhadap minat membeli konsumen .
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai lokasi usaha, sebaiknya lokasi usaha berada ditempat yang strategis dan mudah dijangkau.
3. Keputusan pembelian pada distro russia cloth berada pada klasifikasi kurang baik, sebaiknya kualitas produk dan lokasi usaha distro russia harus dibenahi agar lebih baik lagi, sehingga akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian konsumen pada distro russia cloth.
4. Dalam penelitian ini, penulis hanya meneliti faktor-faktor kualitas produk dan lokasi usaha yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, perlu ada penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas pelayanan, penetapan harga, inovasi produk serta faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi besar pada keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran* : Sari Kuliah, Cetakan I, Satu Nusa, Bandung.

Eddy Soeryanto Soegoto. 2009. Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Ika Putri Iswayanti. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Layanan Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada rumah maka "Soto Angkringan Mas Boed" di Semarang

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,* Jilid 1, Erlangga, Jakarta. *No. 1*.

Rifki Khoirun Nizar. 2011. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Tanah Non Subsidi

Septhani Rebeka Larosa/2011. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)

Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Kencana. Jakarta

Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung: ALFABETA.

Sulstiyadi, Ginanjar. 2010. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan PembelianSupelmen Tianshi Pada Stockist 412 Bandung Menurut Presepsi Konsumen

Suwarni dan Mayasari. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis, TH.16,*

Tjiptono, Fandy dan Gregonus Chandra. 2009. *Service, Quality, and Satisfaction*.

Tjiptono, Fandy, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, CV.Andi Offset, Yogyakarta.