

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNISKA)

Muhammad Faisal¹, Aida Vitria², Ervica Zamilah²

¹Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA, 19311127

²Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA, 1123126801

³Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA, 1130077601

E-mail : mhmdpaisal48@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu compass. (2) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu compass. (3) Persepsi konsumen dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu compass. Rancangan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan penelitian survey. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UNISKA dengan sampel 97 mahasiswa. Sampel diambil dengan menggunakan rumus solvin. Sumber data diperoleh dari data primer dengan penyebaran kuesioner dan data sekunder dari studi keperpustakaan serta observasi. Data yang diperoleh akan dianalisis melalui analisis deskriptif, uji validitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi (R²), uji F dan uji t dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) persepsi konsumen berpengaruh negative signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, melalui hasil uji t nilai koefisien variabel persepsi konsumen sebesar 1,306 dan signifikansi 0,196 (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t nilai koefisien 11,206 dan signifikansi 0,000 (3) persepsi konsumen dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui uji F dengan nilai koefisien 164.925 dan probabilitas 0,000.

Kata Kunci : Persepsi, Kualitas, Pembelian, Compass

REFERENSI

Buku :

- Arfah, Yeni. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional
- Budi, Putu Whisnu Dharma Santika., & Yasa, Ni Nyoman Kerti. (2023). Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang. Cetakan Pertama. Cilacap : Media Pustaka Indo
- Darma, Budi. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). Jakarta : Gramedia
- Dwiastuti, Rini., Shinta, Agustina., & Isaskar, Riyanti. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama : UB Press
- Bunyamin. (2021). Manajemen Pemasaran. Cetakan I. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi
- Chandra, Teddy., & Priyono. (2023). Statistika Deskriptif. Cetakan I. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Nasution, Atika Aini., & Sutejo, Bambang. (2022). Manajemen Pemasaran. IKAPI : PT Inovasi Pertama Internasional
- Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). Manajemen Pemasaran. Fakultas Peternakan Universitas Udayana
- Rifkhan. (2023). Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner. Indramayu : Penerbit Adab
- Siyoto, Sandu. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Cetakan I. Literasi Media Publishing
- Sunyoto, Danang. (2012). Konsep Dasar Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan ke I. Yogyakarta : CAPS
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, F. (2012). Manajemen Jasa. Yogyakarta : ANDI

Jurnal :

- Anwar, Ifu., & Satrio, Budhi. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. (4), 12
- Maulana, Muhamad Fajar., & Nawangsih., Sulistyan, Riza Bahtiar. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. (2), 1
- Shiratna, Aldina., & Afiatun, Pipit. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus Pada CV. Sinar Agubg). Universitas Komputer Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. (7), 1
- Sardanto, Rino., & Ratnanto, Sigit. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pada Angkringan Kota Kediri. Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Benefit*. (3), 1
- Supriyadi., Wiyani, Wahyu., & Ginanjar Indra K.N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. (4), 1