

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital*

Novel Apriyani Montolalu
Tinneke M. Tumbel
Olivia Ch. Walangitan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
Email: montolalunovel11@gmail.com

Abstract. *This research aims to find out the effect of product quality on scarlett whitening skincare purchasing decisions on digital platforms. Product quality is characteristic of a product in the ability to meet certain needs. Purchasing decisions is a process by which consumers recognize the problem, seek information about a particular product or brand and properly evaluate each product to lead to purchase decisions. The research method used is quantitative method. In this study, samples were used by as many as 100 vulnerable people aged 16-45 years. The results of data analysis using correlation and regression methods can be concluded that the quality of the product has a big or positive effect on the purchase decision ($t_{\text{calculated value}} = 25,200 > t_{\text{table}} = 1,984$). Based on the calculation of coefficient of determination obtained R Square value of 0.866 or 86% this states that there is an influence between product quality variables and purchase decision variables. This indicates that the quality of the product has a significant effect on purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality, Purchasing Decisions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare scarlett whitening pada platform digital. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang bersifat pasti. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing produk untuk mengarah kepada keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan rentang usia 16-45 tahun. Hasil analisis data yang menggunakan metode korelasi dan regresi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh besar atau positif terhadap keputusan pembelian (nilai $t_{\text{hitung}} = 25.200 > t_{\text{tabel}} = 1,984$). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,866 atau 86% ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variable kualitas produk terhadap variable keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Bisnis dalam era digitalisasi sekarang ini berkembang semakin cepat. Saat ini, sudah banyak orang memanfaatkan cara digital marketing untuk melakukan penjualan bahkan promosi, banyak yang melakukan transaksi jual beli melalui platform digital, karena dinilai lebih efektif dan efisien. Pastinya tempat yang memberikan produk berkualitas yang akan dipilih, karena salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah usaha adalah jenis produk yang ditawarkan. Kualitas Produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006).

Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh para produsen seperti skincare, kuliner, pakaian, kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain. Jenis produk yang berkualitas menjadi salah satu faktor bagi konsumen dalam pengambilan keputusan. Menurut Kotler mendefinisikan bahwa suatu produk adalah setiap tawaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumennya (2000, p. 13). bisnis yang paling digemari oleh masyarakat saat ini yaitu skincare.

Scarlett Whitening merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang kecantikan khususnya dalam bidang perawatan kulit (skincare) dan penjualannya memanfaatkan media online yang

salah satunya platform digital. Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha dari Scarlett Whitening ini pastinya menghadapi persaingan yang terjadi di lingkungan usaha dimana banyak usaha sejenis pun yang hadir sehingga mengakibatkan masyarakat yang juga sebagai konsumen memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian terhadap produk skincare.

Tinjauan Pustaka Kualitas Produk

Menurut Nasution (2005) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Menurut Tjiptono (2012) kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dengan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2006, p.299) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, itu termasuk daya tahan beberapa produk, keandalan, presisi, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Alma (2011), menjelaskan keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Peter dan Olson (2000), keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare scarlett whitening pada platform digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini berdasarkan bentuk data dan analisisnya, dengan jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdapat beberapa tahap yaitu melalui observasi dan kuisioner (angket). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi sederhana, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital, dan tidak diketahui jumlahnya. Dengan kategori sampel yaitu berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2009). Dari analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa semua item masing-masing variable valid dan dapat digunakan sebagai penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Dari analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa item setiap variable adalah reliable dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Koefisien Korelasi (R)

Menurut Poerwanto, et. Al (2011) analisis koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam hal ini, mengukur kuat atau lemahnya hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah untuk mengetahui hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Koefisien Determinasi (R Square)

Riduwan (2010: 228) menyatakan koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yang dikalikan dengan 100%. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X) mempunyai sumbangan atau ikut menentukan variabel terikat (Y).

Uji Hipotesis

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno 2013, hlm. 43).

Hasil Penelitian

1. Uji validitas

Berdasarkan hasil penelitian data yang diolah dengan uji validitas nilai r_{tabel} dari sampel adalah 0.1966, dimana nilai tersebut dapat dilihat pada distribusi r_{tabel} dengan signifikan = 5% atau 0,05. Merujuk pada hasil dari uji validitas yang dihasilkan bahwa semua instrumen penelitian mulai dari variable X (Kualitas Produk) menghasilkan nilai r_{hitung} 0,851 > 0,196 r_{tabel} . Selain itu, variable Y (Keputusan Pembelian) menghasilkan nilai r_{hitung} 0,808 > 0,196 r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas variable kualitas produk (X) dan variable keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan semua item kuesioner dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Dari hasil penelitian yang sudah diolah, hasil uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach Alpha variable kualitas produk (X) 0,939 > 0,06 sehingga dapat dinyatakan bahwa variable kualitas produk (X) diterima atau reliable. Hasil uji reliabilitas variable keputusan pembelian (Y) 0,888 > 0,06 sehingga dapat dinyatakan pula bahwa variable keputusan pembelian (Y) diterima atau reliable.

3. Koefisien Korelasi

Correlations

		Total_X Kualitas Produk	Total_Y Keputusan Pembelian
Total_X Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.931**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100

Total_Y	Pearson	.931**	1
Keputusan Pembelian	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas produk (X) dengan keputusan pembelian (Y) nilai signifikannya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable kualitas produk dan variable keputusan pembelian. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,931 dengan tingkat keeratannya sangat kuat.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	.246	.919	.268	.789
	Total_X	.619	.025	.931	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada table di atas memperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$\text{Persamaan Regresi} : Y = 0,246 + 0,619X$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi yaitu $Y = 0,246 + 0,619X$ persamaan ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,619.

5. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.931 ^a	.866	.865	.874

a. Predictors: (Constant), Total_X

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan hasil 0,866 atau sebanyak 86,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 86,6% variable keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.

6. Uji Hipotesis (uji t)

Menurut Priyatno (2013) dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika $a < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel Ho}$ ditolak dan H_a diterima
- Jika $a > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel Ho}$ diterima dan H_a ditolak

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, kesimpulannya terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y secara parsial.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, kesimpulannya tidak terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y secara parsial.

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa nilai $a < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} = 25.200 > t_{tabel}$ ($P = 0,05; df = 98$) = 1,984. Maka kesimpulannya, hipotesis yang telah dirumuskan diterima, karena nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} , ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variable X (Kualitas Produk) terhadap variable Y (Keputusan Pembelian).

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari analisis data koefisien korelasi dan determinasi (R Square) dapat dilihat bahwa antara variable X (Kualitas Produk) variable Y (Keputusan Pembelian) memiliki tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat. Hasil dari olah data R Square adalah sebesar 86,6% ini menunjukkan bahwa sebesar 86,6% keputusan pembelian konsumen Skincare Scarlett Whitening dipengaruhi oleh kualitas produk. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak didukung atau berbeda pendapat dengan hasil yang sudah dilakukan oleh Panget Brayen (2018) yang meneliti tentang pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Ternate. Ini menyatakan bahwa kualitas produk memiliki efek atau pengaruh negatif pada keputusan pembelian, jika dibandingkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital. Hal ini menunjukkan bahwa dari penilaian konsumen oleh pelaku usaha pada platform digital, agar produk Skincare Scarlett Whitening mampu memberikan kontribusi produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Sebuah indikator dalam menjaga sebuah kualitas suatu produk merupakan salah satu pokok utama dari penilaian konsumen yang sebagai pembeli. Untuk itu Skincare Scarlett Whitening menawarkan produk yang memiliki sebuah kualitas yang sesuai dengan penilaian konsumen pada platform digital. Hal inilah yang di harapkan oleh Skincare Scarlett Whitening agar tetap menjaga kualitas setiap produk dan kiranya selalu dapat menarik minat pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan peneliti sebelumnya bahwa kualitas produk berpengaruh dan mempunyai hubungan yang erat terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen Skincare Scarlett Whitening dalam menentukan pembelian, karena kualitas produk yang baik merupakan penentu bagi konsumen dalam pengambilan keputusan. Maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare scarlett whitening pada platform digital.

Referensi

- Armstrong, G. d. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Creswell, J. W. 2013. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Panget Brayen, Tumbel Tinneke M, Tamengkel Lucky F. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. Lion di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 6, No 4.
- Djaslim Saladin. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV Linda Karya.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, d. 2014. *Principles Of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta: Erlangga.