BAB V
PEMBAHASAN

Setelah penelitian melakukan penelitian langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada konsumen FNL Industri Blitar, kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 22.0*, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah menjelaskan :

A. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian pada FNL Industri Blitar

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kelompok referensi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian FNL Industri Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.795> 2,003 dan sig 0,020 < 0,05, maka H_0 ditolak dan terima H_1, koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian FNL Industri Blitar.

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok referensi memiliki pengaruh karena dengan kelompok referensi yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang disediakan dan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk kembali membeli baju custom di FNL Industri Blitar sehingga akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen untuk datang kembali untuk membeli produk.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi merupakan faktor yang tidak terpisah oleh keputusan pembelian FNL Industri Blitar, karena besar kecilnya nilai signifikan kelompok referensi akan berpengaruh terhadap meningkat keputusan pembelian.

Penentuan kelompok referensi menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan.[1] Kelompok referensi adalah kelompok yang ingin diikuti oleh orang itu. Hasil dari penelitian ini kelompok referensi merupakan salah satu faktor penentu keputusan pembelian, jadi kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu konsumen pasti memperhitungkan mengenai apakah sesuai dengan kualitas produk yang disediakan dan kulitas pelayanan yang telah diberikan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarini Kodul[2] dengan judul "Kelompok referensi, Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza tahun 2013". Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kelompok refrensi berpengaruh signifikan bertanda positif terhadap keputusan pembelian.

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian pada FNL Industri Blitar

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian FNL Industri Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh

---

[1] Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal. 92

[2] Sarini Kodul, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobilavansa, *Jurnal EMBA 1251* Vol.1 No.3 September 2013.hal. 66

dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.234 > 2,003 dan sig 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian FNL Industri Blitar.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli, ketika kualitas produk yang dijual sudah sesuai dengan apa yang inginkan, maka konsumen akan merasa ingin membeli lagi barang tersebut dan senang untuk menikmati produk yang dijual di FNL Industri Blitar, sehingga akan meningkatkan keputusan membeli bagi konsumen untuk datang kembali. Untuk itu kualitas produk industri baju yang dijual merupakan faktor yang perlu diperhatikan, karena keanekaragaman produk merupakan penentu laku tidaknya makanan yang berdampak kepada kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi, menyatakan bahwa "Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas".[3]

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian FNL Industri Blitar, berarti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Christian Lasander[4] dengan judul jurnal Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. Dalam penelitian

---

[3]Lupiyoadi, Rambat. *Pemasaran Jasa.* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001),hal.98

[4] Christian Lasander, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia Di Tahuna Kab. Sangihe*), Jurnal EMBA* Vol.1 No.3, 2013. hal. 78

tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan bertanda positif terhadap keputusan pembelian.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian pada Fast N Loud Industri Blitar

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Fast N Loud Industri Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.651> 2,003 dan sig 0,040 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepusan konsumen Fast N Loud Industri Blitar.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak terpisah oleh keputusan pembelian Fast N Loud Industri Blitar, karena besar kecilnya nilai signifikan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen. Konsumen Fast N Loud Industri Blitar dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan cepat dan tanggap dalam menangani kebutuhan dan keinginan konsumen, serta para karyawan yang ramah dan sopan terhadap konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, bagus kepada konsumen dapat memberikan nilai yang maksimal dan sesuai

dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga akan meningkatkan jumlah konsumen untuk datang kembali.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari & Istiatin[5] dengan judul jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan bertanda positif terhadap keputusan pembelian.

D. Pengaruh Kelompok Reeferensi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Fast N Loud Industri Blitar

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara Kelompok Referensi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Fast N Loud Industri Blitar. Hal ini ditunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 20.591 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 0,05$). Sementara F_{hitung} sebesar 20.591 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,77.

Dalam penelitian ini menggunakan faktor kelompok referensi, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat dilihat secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada FNL Industri Blitar.

Dalam menciptakan keputusan pembelian, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi

[5] Eswika Nilasari & Istiatin, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo, *Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01, 2015 hal. 88

keputusan pembelian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu: kualitas produk, Kelompok Referensi, kualitas pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk.[6]

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ririn Sumawati[7] dengan judul jurnal Pengaruh Kualitas Produk, kelompok referensi, Dan Pelayanan Terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic yamaha mio.

---

[6]Handi Irawan D. *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan.* Cetakan pertama. (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002) hal. 75

[7]Ririn Sumawati, Pengaruh Kualitas Produk, kelompok referensi, Dan Pelayanan Terhadap keputusan pembelian Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 7, No 2, 2018, hal. 55