

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang/ karyawan (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada KONTER IJO Trenggalek. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan 94 angket yang disebar kepada konsumen KONTER IJO Trenggalek, kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebar. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut :

A. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone xiaomi pada KONTER IJO Trenggalek

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel produk terhadap kepuasan konsumen di KONTER IJO Trenggalek. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen KONTER IJO Trenggalek di pengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Semakin baik persepsi pada benak konsumen terhadap produk yang dihasilkan maka semakin banyak pula konsumen yang memutuskan untuk membeli produk di KONTER IJO Trenggalek.

Produk merupakan barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan

Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok. Oleh karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Semakin baik kualitas produk yang dijual maka akan semakin menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk juga merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Karena dengan melihat produk maka konsumen akan mengetahui apakah barang yang akan dibeli tersebut sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak. Jika sesuai dan produk tersebut berkualitas baik maka konsumen akan memutuskan untuk membeli. Hal ini menandakan bahwa produk sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

KONTER IJO Trenggalek menjual produk handphone xiaomi dengan kualitas yang baik serta bermacam-macam sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk di KONTER IJO tersebut. Selain mempunyai kualitas yang bagus, KONTER IJO Trenggalek juga menjual bermacam-macam type handphone xiaomi yang telah dikenal oleh pasar, sehingga calon pembeli tidak akan kesulitan untuk mencari merek produk yang mereka inginkan. Hal ini telah tergambar dari pernyataan-pernyataan responden yang memberikan respon positif terhadap produk yang sudah memiliki citra baik di masyarakat serta, menampilkan label dan kemasannya menarik.

Menurut Philip Kotler, produk adalah apapun yang dapat ditawarkan untuk pasar yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan tertentu.⁴⁶ Produk tidak hanya meliputi atribut fisik saja, tetapi juga mencakup sifat-sifat nonfisik, misalnya harga, nama penjual, semua unsur tersebut dipandang sebagai alat pemuas kebutuhan, bahwa kualitas produk sangat penting bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.⁴⁷

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berlian Aminanti Suraya Putri yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)*”.⁴⁸ Metode yang dilakukan oleh Berlian Aminanti Suraya Putri adalah dengan menggunakan alat bantu kuesioner kepada responden secara *random*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian Berlian Aminanti Suraya Putri mengatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini sudah terbukti dengan jelas bahwa produk KONTER IJO Trenggalek, telah terbukti baik dan mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk enggan memilih produk di toko lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yakni pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk handphone xiaomi di KONTER IJO Trenggalek.

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Indeks: 2005), hlm. 84

⁴⁷ Joseph P. Cannon, *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global* edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat: 2008), hlm. 216

⁴⁸ Berlian Aminanti Suraya Putri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)*, <http://library.walisongo.ac.id> diakses pada tanggal 15 November 2017

B. Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan pembelian Handphone Xiaomi pada KONTER IJO Trenggalek

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen handphone xiaomi di KONTER IJO Trenggalek. Pengaruh yang negatif dan tidak signifikan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen handphone xiaomi di KONTER IJO Trenggalek tidak di pengaruhi oleh kualitas harga itu sendiri.. Dalam hal ini konsumen menganggap bahwa harga merupakan bagian dari kualitas produk, sehingga harga menjadi faktor yang sangat berpengaruh bagi konsumen untuk memutuskan pembelian. Konsumen KONTER IJO Trenggalek ini tidak menjadikan harga sebagai tolak ukur mereka dalam memutuskan untuk membeli handphone xiaomi. Dalam logikanya apabila harga tinggi maka produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, dan sebaliknya apabila harga rendah maka produk tersebut memiliki kualitas yang kurang baik.

Dalam hal ini KONTER IJO Trenggalek menetapkan harga produk sesuai dengan harga dipasaran. Harga produk yang dijual di KONTER IJO Trenggalek juga memiliki kualitas produk yang lebih baik, sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk di KONTER IJO Trenggalek tersebut. Harga memang merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kualitas barang yang dijual. KONTER IJO Trenggalek perlu melakukan peningkatan strategi tentang harga, KONTER IJO Trenggalek perlu memperhatikan daya beli konsumen dalam

menyediakan produk dengan harga yang sesuai dengan jangkauan konsumen. Baik untuk kalangan menengah keatas atau menengah kebawah. Perusahaan perlu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, agar kemudian harga yang ditawarkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.⁴⁹ Menurut John, konsumen cenderung lebih sensitif terhadap harga jika mereka membeli produk. Menetapkan harga yang tepat merupakan kunci kesuksesan dan kegagalan.⁵⁰

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja. Karena menurut konsumen KONTER IJO Trenggalek harga tidak menjadikan tolak ukur untuk membeli handphone xiaomi melainkan ada tidaknya produk itu yang menjadikan alasan utama untuk memutuskan dalam membeli suatu produk. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

C. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Pada KONTER IJO Trenggalek.

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen KONTER IJO Trenggalek. Dari penelitian yang saya lakukan pada konsumen Warung Makan Istana Lesehan

⁴⁹ Marius P. Angipora, *Dasar Dasar Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada: 2002), hlm. 268

⁵⁰ John A. Pearce, *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi 10 Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat: 2008), hlm. 131

Tulungagung dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan sangat cepat dan tanggap dalam menangani kebutuhan dan keinginan konsumen, serta para karyawan yang ramah dan sopan terhadap konsumen. Meskipun pelayanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi pada KONTER IJO, Namun KONTER IJO memberikan pelayanan yang baik sehingga memberikan rasa nyaman konsumen untuk memutuskan membeli produk Handphone xiaomi di KONTER IJO Trenggalek.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pelayanan tidak memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian handphone xiaomi. Pelayanan pada KONTER IJO Trenggalek terlihat cukup baik, namun ternyata konsumen KONTER IJO tidak melihat pelayanan dalam memutuskan untuk membeli. Mereka lebih cenderung melihat pada stock produk handphone xiaomi.

A. Pengaruh Produk,Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Pada KONTER IJO Trenggalek.

Dari Analisis dari uji F (uji simultan) diketahui bahwa $F_{hitung} (14,641) > F_{tabel} (0,203)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima pada hipotesis 3. Kesimpulannya produk,harga, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di KONTER IJO Trenggalek.

Namun dalam penelitian ini, hanya produk yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi pada KONTER IJO Trenggalek. Dalam menciptakan keputusan pembelian, maka penting bagi

pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk, harga, pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk.⁵¹

Namun dalam penelitian ini faktor-faktor di atas tidak semua berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Faktor produk dalam penelitian ini yang berpengaruh positif dalam keputusan pembelian. Karena memang pada KONTER IJO Trenggalek ini berbagai varian produk xiaomi ada. Dan itulah yang membuat konsumen beli berulang-ulang di KONTER IJO Trenggalek.

⁵¹Handi Irawan D. *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. Cetakan pertama. (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002)hlm,37.