

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Distro Nimco di Kota Yogyakarta

Jamal Purwanto, Nonik Kusuma Ningrum, Lusia Tria Hatmanti Hutami

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Jamalpego@gmail.com, nonik.kusumaningrum@ustjogja.ac.id, trialusia@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine price, product quality, service quality on consumer satisfaction of Nimco Yogyakarta Distro in Yogyakarta City. This research uses a quantitative approach, the sampling method in this research was carried out by accidental sampling which is part of the nonprobability sampling technique. The population in the research is all consumers who have purchased products at the Nimco Yogyakarta Distro. The data analysis techniques used are the classical assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and multiple linear regression analysis. The hypothesis tests used are the F test (simultaneous test), T test (partial statistical test), and coefficient of determination test (R²). From the multiple linear regression analysis, the equation $Y = 8.927 + 0.850 X_1 + 0.474 + 455 + e$. Simultaneous test results (F) have been carried out, resulting in F_{count} being greater than F_{table} ($2289.776 > 3.18$). So it can be seen that price, product quality, and service quality have a simultaneous influence on consumer satisfaction of Nimco Distro in Yogyakarta City. And the partial test (T) produces F_{count} which is greater than F_{table} ($X_1 = 3.976 > 1.677$, $X_2 = 4.681 > 1.677$). Service has a partial influence on consumer satisfaction at Nimco Distro in Yogyakarta City. The results of this coefficient of determination show that the correlation between the independent variable and the dependent variable is $R = 825a$. This shows that the price and quality variables have a close relationship to consumer satisfaction at Nimco Distro Yogyakarta.

Keywords: Price, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Distro Nimco Yogyakarta di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik *non probability sampling*. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen sudah pernah membeli produk di Distro Nimco Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji F (uji simultan), uji T (uji statistik parsial), dan uji koefisien determinasi (R²). Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 8,927 + 0,850 X_1 + 0,474 + 455 + e$. Hasil uji simultan (F) telah dilakukan, dihasilkan F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($2289,776 > 3,18$). Sehingga dapat diketahui bahwa harga, kualitas produk terhadap, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen Distro Nimco Di Kota Yogyakarta. Dan Uji parsial (T) dihasilkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($X_1 = 3,976 > 1,677$, $X_2 = 4,681 > 1,677$, $X_3 = 4,76581 > 1,677$). Sehingga dapat diketahui bahwa semua variabel bebas meliputi: harga, kualitas produk terhadap, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen Distro Nimco Di Kota Yogyakarta. Hasil koefisien determinasi ini dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar $R = 825a$. Menunjukkan bahwa variabel harga

dan kualitas memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan konsumen di Distro Nimco Yogyakarta.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Globalisasi telah memberikan perubahan terhadap dunia industri yang semakin lama semakin berkembang. Hal ini di akibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan dunia usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Untuk menghadapi era persaingan industri yang semakin ketat ini, sangat di butuh kan strategi *marketing* yang baik untuk menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Perusahaan di tuntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar dan sasaran berbentuk menawarkan atau menjual produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggannya.

Penjual berusaha untuk menciptakan produk yang baik dalam kegiatan pemasaran. Produk pakaian yang paling bervariasi adalah pakaian remaja, karena hal tersebut tentu saja berhubungan dengan usia mereka cita cita dan imajinasi mereka, serta ingin tampil beda dengan yang lain, salah satu tempat penjualan baju yang banyak digemari kalangan anak muda salah satunya adalah distro.

Distro (*distribution outlet*) merupakan tempat penjualan produk pakaian yang memiliki ciri khas untuk anak-anak remaja. Distro Nimco Yogyakarta adalah sebuah anak perusahaan dari Nimco Group sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri *clothing* yang memproduksi pakaian jadi. Produk yang dihasilkan Nimco Group antara lain *t-shirt, jackets, shirts, pants* dan berbagai macam aksesoris seperti topi, kaos kaki, dompet, sandal, serta *boxer*.

Jumlah persediaan barang pun dilihat karena adanya loyalitas yang dimiliki konsumen pada suatu produk yang diminati. Dari kebiasaan konsumen, strategi penetapan harga juga sangat berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang ditawarkan. Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Sejalan dengan penelitian Heriputranto (2018) membuktikan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dikonsumsi.

Selain harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas produk. Kepuasan konsumen seseorang tidak akan muncul begitu saja akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimuli kepuasan konsumendengan caara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang diharapkan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati (2019) menjelaskan bahwa ada beberapa tahapan untuk mengelola kualitas suatu produk: perencanaan kualitas, mengorganisasi untuk kualitas,

pengarahan untuk kualitas, pengendalian untuk kualitas perencanaan produk yang dihasilkan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang menentukan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Hasil penelitian Amrullah (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen serta mengetahui faktor mana yang lebih cenderung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah produk.

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian yang dilakukan oleh Heriputranto, (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Kepuasan Konsumen (Studi Empiris pada Masyarakat Middle Income Pelanggan Gerai Ritel Jejaring Modern di Yogyakarta). Hasil dari penelitiannya yaitu Kualitas produk, kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Pengaruh variabel-variabel tersebut secara bersama-sama pada kepuasan pelanggan sebesar 50,9%, sedangkan 49,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Menurut Sunyoto (2013), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

b. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Setyo (2017) indikator kepuasan keputusan konsumen yaitu:

- 1) Terpenuhinya harapan konsumen
- 2) Sikap atau keinginan menggunakan produk
- 3) Merekomendasikan kepada pihak lain
- 4) Kualitas layanan
- 5) Loyal
- 6) Reputasi yang baik
- 7) Lokasi

Pengertian Harga

a. Pengertian Harga

Harga menurut Tjiptono (2016) adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Sedangkan menurut

Kotler (2016) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

b. Strategi Penyesuaian Harga

Menurut Kotler (2016) perusahaan biasanya menyesuaikan harga dasar mereka untuk memperhitungkan perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. Di bawah ini merupakan strategi penyesuaian harga diantaranya adalah :

- 1) Penetapan Harga Diskon dan Pengurangan Harga
- 2) Diskon kas
- 3) Diskon kuantitas
- 4) Diskon fungsional
- 5) Diskon musiman
- 6) Penetapan Harga Tersegmentasi
- 7) Menyesuaikan harga untuk membuat perbedaan diantara pelanggan, produk maupun lokasi.
- 8) Penetapan Harga Psikologis

Kualitas Produk

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide Kotler (2016). Machfoedz (2015) Untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui beberapa dimensi sebagai berikut :

- 1) *Performance*
- 2) *Features*
- 3) *Reliability*
- 4) *Conformance*
- 5) *Durability*
- 6) *Serviceability*
- 7) *Aesthetics*

Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2015), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*).

b. Kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2016) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Berwujud (*Tangible*)
- 2) Empati (*Emphaty*)
- 3) Keandalan (*Reliability*)
- 4) Keresponsifan (*Responsiveness*)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan perangkat kuesioner. Dalam pendekatan kuantitatif, penulis melakukan *survey* suatu rangkaian penulisan yang berawal dari sejumlah teori.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen sudah pernah membeli produk di Distro Nimco Yogyakarta Yogyakarta. Adapun teknik pengambilan sampel yang akan digunakan berdasarkan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian dan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2015) adapun yang di tetapkan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mayoritasnya mendatangi Distro Nimco Yogyakarta Yogyakarta. Sedangkan untuk populasi di tetapkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Usia konsumen yang berumur 17 sampai 50 tahun, yang memiliki kompetensi untuk berbelanja di Distro Nimco.
- 2) Minimal konsumen sudah pernah berbelanja sebanyak 3 kali.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling*. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya, serta jumlah konsumen di Distro Nimco Yogyakarta yang tidak dapat dipastikan, maka jumlah sampel yang di ambil 50 orang.

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam proses pengumpulan data adalah:

a. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari Azwar (2016).

1) Data Primer

Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 konsumen Distro Nimco Yogyakarta di Kota Yogyakarta, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

2) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh untuk melengkapi data primer. Data sekunder berasal dari perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian ini, yaitu Distro Nimco Yogyakarta di Kota Yogyakarta.

Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak, Ghazali (2011).

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov terhadap Unstandardized residual hasil regresi dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Nilai Probabilitas > taraf signifikansi 5% atau 0,5; maka distribusi data dikatakan normal
- 2) Nilai Probabilitas < taraf signifikansi 5% atau 0,05; maka distribusi dikatakan tidak normal.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y)

Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Kriteria untuk menguji hipotesis adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} :

- 1) Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_a ditolak
- 2) Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_a diterima Dengan tingkat keputusan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5%,

b. Uji T (Uji Statistik Parsial)

Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi (α) =0,05 adalah dengan membandingkan nilai $t_{hitungnya}$ dengan t_{tabel} apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0

diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Nimco Yogyakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta. Hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,976 > 1,677$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00. Indikator skor tertinggi pada variabel harga ini terletak pada indikator produk Distro Nimco Yogyakarta sesuai dengan keadaan ekonomi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden menyetujui bahwa konsumen membeli produk dan memutuskan pembelian di Distro Nimco Yogyakarta dikarenakan harganya sesuai dengan kondisi dan situasi ekonomi mereka masing-masing.

Harga yang ditunjukkan oleh Distro Nimco Yogyakarta memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan pandangan konsumen, namun jika Distro Nimco Yogyakarta menaikkan atau meninggi kan harga produk tersebut maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen di Distro Nimco Yogyakarta.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari (Wahyuno, 2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Anugerah Glagah Indah.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Nimco Yogyakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta. Hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,681 > 1,677$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00. Hasil tanggapan responden tersebut menjelaskan bahwa kemenarikan desain yang dibuat oleh Distro Nimco Yogyakarta baik gambar maupun tulisan memiliki daya tarik tersendiri dan sangat nyata menurut pandangan konsumen. Hal ini yang membuat konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fuad Asshiddieqi, 2012) yang berjudul “Analisis pengaruh harga, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk Crooz di Distro Ultra Store Semarang)”. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan diantara harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Crooz di Distro Ultra Store Semarang.

Jika kualitas produk yang ditawarkan oleh Distro Nimco Yogyakarta ini

baik atau berkualitas dimata konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk Distro Nimco Yogyakarta.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Nimco Yogyakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta. hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,765 > 1,677$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00. Kualitas layanan merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Berbagai karakteristik jasa di atas, dianggap penting dalam menentukan kualitas jasa dan layanan.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasih Dwi Indah, 2012) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan sebesar 44,7%, sedangkan variabel mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 42,8%.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Nimco Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta, hasil tersebut di lihat dari nilai uji F simultan yakni nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($2289,776 > 3,18$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri Novika dan Ardila, 2017) yang berjudul pengaruh kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Distro 3 Second Bandar Lampung. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk melihat hasil Uji- F simultan dari variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Uji F Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	13486.072	2	6743.036	2289.776	.000 ^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Residual	138.408	47	2.945		
	Total	13624.480	49			

- a. Dependent Variable: KEPPEMBELIAN
 b. Predictors: (Constant), PRODUK, HARGA

Dari tabel 1 di atas diketahui mengenai uji f simultan dari maka dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{tabel} = 3,18$. Hasil pengujian statistik dihasilkan F_{hitung} sebesar 2289,776 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($2289,776 > 3,18$) yang berarti bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta.

Analisis regresi berganda ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Distro Nimco Yogyakarta. Maka dapat diketahui hasilnya pada tabel berikut ini:

Tabel 2. 1 Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8.927	.711		12.560	.000
1	HARGA	.850	.214	.458	3.976	.000
	PRODUK	.474	.101	.539	4.681	.000
		.455	.165	.430	4.765	.000

- a. Dependent Variable: KEPPEMBELIAN

Dari hasil data di atas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini dapat diimplementasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 8,927 artinya jika variabel harga dan kualitas produk nilainya adalah (0), maka keputusan pembelian akan tetap berada pada 8,927 Artinya jika Distro Nimco Yogyakarta tidak melakukan harga yang sesuai dan kualitas produk yang sangat menarik maka keputusan pembelian akan berada tetap pada 8,927 atau 89,27%.

- b. Koefisien regresi pada variabel harga dari perhitungan linier berganda berlipat nilai *coefficient* (b_1)= 0,850. Hal ini berarti setiap ada kenaikan harga dan tidak melakukan diskon maka tingkat keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,850 atau 85,0%.
- c. Koefisien regresi kualitas produk dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficient* (b_2)= 0,474. Hal ini berarti setiap ada peningkatan kualitas produk dengan baik dan efektif, meningkat tingkat keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta meningkat sebesar 0,474 atau 47,4%.
- d. Koefisien regresi kualitas layanan dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficient* (b_3)= 0,455. Hal ini berarti setiap ada peningkatan kualitas layanan dengan baik dan efektif, meningkat tingkat keputusan pembelian pada Distro Nimco Yogyakarta meningkat sebesar 0,455 atau 45,5%.

KESIMPULAN

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen Distro Nimco Yogyakarta
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen Distro Nimco Yogyakarta
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen Distro Nimco Yogyakarta
4. Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap konsumen Distro Nimco Yogyakarta

SARAN

1. Bagi Distro Nimco Yogyakarta
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel harga yang terletak pada indikator harga pada Distro Nimco Yogyakarta sesuai dengan kualitas produk mendapat skor terendah (193), oleh karena itu, Distro Nimco Yogyakarta disarankan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel kualitas produk yang terletak pada indikator bentuk atau model dari Distro Nimco Yogyakarta mudah di mengerti oleh konsumen yang berbeda-beda latar belakang (136), oleh karena itu, Distro Nimco Yogyakarta disarankan untuk meningkatkan produk yang sesuai dengan mode dan *trendy* untuk usia anak remaja dan muda-mudi.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. (2016). *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan Aplikasi Prinsip. Lingkaran Pemecahan Masalah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Fuad Asshiddieqi. (2012). Analisis pengaruh harga, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk Crooz di Distro Ultra Store Semarang). *jurnal empiris*, 5. No. 3.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heriputranto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*.
- Heriputranto, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Kepuasan Konsumen (Studi Empiris pada Masyarakat Middle Income Pelanggan Gerai Ritel Jejaring Modern di Yogyakarta). *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan* .
- Kotler, P. a. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih Dwi Indah. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol 1. No 1
- Machfoedz, I. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Fitramaya.
- Putri Novika dan Ardila. (2017). pengaruh kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Distro 3 Second Bandar Lampung. *Jurnal Informatika dan Bisnis Darmajaya*, Vol. 2 No 1.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6*, 755-764.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sulistyawati, P. (2019). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang*. Semarang: Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika.
- Tjiptono & Chandra, G. (2015). *Service, Quality, & Satisfaction. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuno, C. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta. *Jurnal Hasil Riset* , 2.