

UPAYA-UPAYA DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SKECHERS PADA TOKO AFTER.DISC

Alfin Muslikhun¹ & Wellie Sulistijanti²

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

Jl. Prof. Dr. Hamka No.KM.1, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa
Tengah50185

alfin.muslikhun@itesa.ac.id & wellie.sulistijanti@itesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan menguji seberapa besar pengaruh faktor yang memiliki persanan dalam meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu original di toko sepatu After.disc. Populasi yang ada dalam penelitian yaitu semua pelanggan yang membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc dengan jumlah konsumen yang tidak terbatas. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang dihitung dengan memakai rumus *Lameshaw* dan metode pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasil pengujian Hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa harga memiliki peran positif signifikan pada keputusan pembelian. Hipotesis 2 (H2) menyatakan Citra Toko memiliki peran positif signifikan pada Keputusan Pembelian. Hipotesis 3 (H3) menyatakan kualitas produk memiliki peran positif signifikan pada keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 73,7% yang berarti keputusan pembelian dalam penelitian ini dipengaruhi variabel harga, citra toko, maupun kualitas produk. Untuk sisanya 26,3% merupakan pengaruh dari variabel lain. Pengujian secara simultan menghasilkan Harga, Citra toko, maupun Kualitas Produk secara bersama-sama memiliki peranan dalam Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Harga, Citra Toko, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to test how much influence factors have in increasing consumers' decisions to buy original shoes at the After.disc shoe store. The population in the research is all customers who buy Skechers shoes at the After.disc shoe store with an unlimited number of consumers. The research sample consisted of 100 people who were calculated using the Lameshaw formula and the sampling method used the Accidental Sampling method. The data was processed using the SPSS version 22 application. The results of testing Hypothesis 1 (H1) state that price has a significant positive role in purchasing decisions. Hypothesis 2 (H2) states that store image has a significant positive role in purchasing decisions. Hypothesis 3 (H3) states that product quality has a significant positive role in purchasing decisions. The coefficient of determination value is 73.7%, which means that purchasing decisions in this study are influenced by price variables, store image and product quality. The remaining 26.3% is the influence of other variables. Simultaneous testing produces price, store image and product quality which together play a role in purchasing decisions.

Keywords: Price, Store Image, Product Quality, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Peralihan era revolusi industri 4.0 menuju ke 5.0 ini, dunia usaha mulai beralih dari berjualan *offline* menjadi berjualan *online*. Era digitalisasi yang begitu pesat membuat banyak pedagang mau tidak mau harus mengubah sistem penjualannya (Kasali, 2016). (Kotler & Armstrong, 2017) menjelaskan konsumen di era digitalisasi ini cenderung membeli produk melalui *smartphone (mobile internet)*, mereka menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Shannon dan Joel (2017) menjelaskan dalam bukunya bahwa pada tahun 2016 di Amerika terjadi peningkatan penjual ritel *E-Commerce* sebesar 35% dari tahun 2015, hal ini disebabkan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian secara *online*. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa produsen mulai beralih berjualan secara *online* karena lebih mudah menjangkau konsumen. Produsen yang masih menggunakan sistem penjualan tradisional semakin tergerus oleh perkembangan zaman jika tidak melakukan perubahan (Kasali, 2016).

Toko Sepatu After.Disc merupakan toko sepatu yang menjual produk sepatu original dari berbagai brand terkemuka luar negeri. Sepatu yang sering dicari konsumen di Toko After.Disc adalah sepatu merk Skechers. Produk sepatu ini merupakan produk sepatu asal Amerika Serikat yang sudah terkenal di dunia. Toko sepatu After.Disc menjual sepatu Skechers dengan harga terjangkau diantara toko lain dengan kualitas original. Citra merek Skechers sudah tidak diragukan lagi dalam dunia penjualan sepatu.

Penjualan sepatu Skechers di toko sepatu After.Disc sering mengalami fluktuasi setiap bulannya. Hal ini diduga karena konsumen selalu berhati-hati dalam mencari informasi sebelum memutuskan membeli. Banyak upaya-upaya yang dapat digunakan agar konsumen membeli sepatu merk Skechers adalah harga yang terjangkau dibandingkan toko sepatu lainnya, Citra Toko sepatu After.Disc di mata masyarakat, dan kualitas produk sepatu yang masih sering dipertanyakan konsumen. Toko sepatu After.Disc menjual sepatu melalui penjualan *offline* dan *online* melalui *marketplace* bukalapak, tokopedia, dan shopee.

(Nurfauzi, 2023) menjelaskan bahwa harga memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen. Semakin terjangkaunya harga tawar pesaing, dari sinilah keputusan untuk membeli dapat meningkat. Penelitian lainnya dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) menemukan temuan harga memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk.

Citra toko After.Disc pada *marketplace* sudah tidak perlu diragukan lagi. Toko sepatu After.Disc memiliki Bintang yang tinggi dan menjadi toko unggulan di *marketplace* karena *review* dari pembeli yang positif, jujur, amanah, dan berani memberikan jaminan uang Kembali serta sepatu diberikan gratis jika terbukti itu barang palsu. Hal ini membuat pembeli semakin percaya dan berkeinginan untuk membeli produk sepatu Skechers di toko sepatu After.Disc. Penelitian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) menemukan bahwa citra toko yang baik akan dapat mempengaruhi konsumen agar memutuskan membeli suatu produk.

Selain dari harga dan citra toko sepatu After.Disc, kualitas produk sepatu Skechers yang dijual oleh sepatu After.Disc adalah pionir utama buat konsumen saat membeli. Produk yang asli pasti memberikan sesuatu yang berbeda sehingga membuat konsumen menjadi puas dan berkeinginan membeli kembali suatu saat nanti. Penelitian yang membahas tentang kualitas dengan keputusan pembelian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam

Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) menghasilkan temuan jika kualitas produk yang unggul akan mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Rumusan masalah yang terkandung dalam penelitian yaitu menguji variabel yang digunakan (harga, citra toko, kualitas produk) dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Skechers di sepatu After.Disc. Penelitian ini bertujuan mengukur anemo penjualan sepatu merk Skechers dan minat masyarakat membeli sepatu Skechers.

A. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumen

(Kotler & Keller, 2017) menjelaskan perilaku konsumen merupakan ilmu yang membahas tentang peran seseorang baik secara individu maupun kelompok dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari untuk dapat memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan. (Kotler & Amstrong, 2017) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah kegiatan konsumen dalam memilih kebutuhan sesuai merek yang paling mereka sukai. Keputusan pembelian pastinya dipengaruhi dari beberapa pertimbangan. Faktor-faktor tersebut memiliki peran masing-masing dalam diri konsumen diantaranya harga, citra (*image*), dan kualitas produk.

(Tjiptono, 2019) menjelaskan harga merupakan satuan nilai produk yang menjadi pembandingan untuk mendapatkan hak milik perorangan atas produk tersebut. (Kotler & Keller, 2017) menjelaskan citra toko merupakan nilai yang dibentuk oleh suatu usaha untuk mendeskripsikan segalanya yang terlihat dan dapat konsumen rasakan. Sedangkan kualitas produk menurut (Assauri, 2018) adalah keunggulan yang ada pada suatu barang yang mencerminkan atas nilai penciptaan suatu barang tersebut.

B. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen saat membeli pastinya memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satu faktor yaitu harga. Konsumen cenderung mencari barang yang harganya murah dibandingkan harga yang mahal. Sebelum membeli konsumen akan mengecek perbandingan harga atas produk yang serupa. Jika dirasa harganya terjangkau dan cocok, maka secara langsung konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Toko sepatu After.Disc dalam menjual produk sepatu Skechers mempunyai harga jual yang terjangkau dari toko sepatu yang lain.

Produk sepatu *Skechers* yang dijual oleh toko sepatu After.Disc merupakan produk *original* (tidak palsu), harga yang ditawarkan juga relatif terjangkau dibandingkan dari toko sepatu yang lain. Beberapa penelitian terdahulu dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) menemukan bahwa harga memiliki peranan dalam membentuk keputusan konsumen. Maka dari itu, penjelasan dan pemaparan diatas dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H1 : Adanya pengaruh positif signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Citra toko menjadi tolak ukur yang penting bagi konsumen saat berbelanja. Konsumen cenderung mencari toko yang memiliki citra baik dan sudah terkenal karena dapat dipastikan produk yang dijual sudah terjamin mutu dan standarisasi produknya. Dengan adanya citra

toko yang baik, konsumen secara langsung tidak perlu pertimbangan dalam berbelanja. Untuk itu, citra toko harus benar-benar diciptakan dan harus dijaga demi menjaga konsumen agar saat berbelanja menjadi nyaman dan memutuskan untuk membeli di toko tersebut.

Citra Toko sepatu After.Disc dalam menjual sepatu original sudah tidak diragukan lagi. Produk sepatu *Skechers* yang telah terjual juga sudah banyak. Penjualan sepatu *Skechers* secara *offline* maupun *online* telah berlangsung selama bertahun-tahun dan banyak pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan toko yang dikelola dengan baik. Pembeli rata-rata sudah mengetahui akan merk sepatu *Skechers*. Mereka cenderung langsung *check out* pembelian sepatu *Skechers*. Hal ini karena citra toko sepatu After.Disc sudah baik di mata masyarakat.

Penelitian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) menemukan adanya pengaruh yang positif dari citra toko pada keputusan konsumen untuk membeli. Berdasarkan dari uraian yang telah dipaparkan, sehingga bisa dirumuskan hipotesis berikut:

H2 : Adanya pengaruh positif signifikan Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

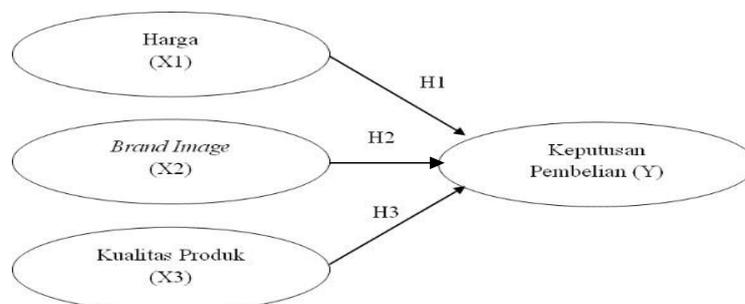
Kualitas produk akan selalu menjadi tolak ukur utama konsumen dalam memutuskan membeli. Konsumen saat melakukan pembelian akan selalu melihat sisi kualitas terlebih dahulu. jika dirasa kualitasnya bagus, mereka akan membeli produk tersebut. demikian dengan sepatu *Skechers*. Toko sepatu After.Disc menjual produk sepatu *Skechers* original. Kualitas sepatu *Skechers* original sudah dipastikan bahannya pasti berkualitas. Selain dari bahan yang berkualitas, tampilan dari sepatu *Skechers* juga sangat menarik dan trendi sehingga banyak konsumen yang mencarinya.

Varian sepatu *Skechers* yang dijual Toko sepatu After.Disc juga sangat beragam dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan kualitas produk yang bagus, dibarengi dengan citra toko yang sudah dikenal masyarakat, dan harga yang murah. Konsumen tanpa pertimbangan panjang akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Penelitian yang membahas tentang kualitas dengan keputusan pembelian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) menghasilkan temuan bahwa adanya pengaruh positif kualitas produk pada keputusan konsumen dalam membeli. Berdasarkan penjelasan dan paparan, sehingga bisa dirumuskan suatu hipotesis adalah sebagai berikut :

H3 : Adanya pengaruh positif signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

H1 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. H2 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian.

H3 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian *eksplanatory*. Populasi yang digunakan yaitu seluruh pembeli *offline* atau pembeli yang datang dan melakukan pembelian sepatu merek *Skechers* di toko sepatu After.Disc. Sampel dinilai berdasarkan pembeli yang bersedia menjadi responden saat membeli produk sepatu *Skechers*. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshaw dan didapatkan sampel sejumlah 100 responden/orang. Untuk metode dalam menganalisis data menggunakan program SPSS versi 22 dengan melakukan pengujian (instrumen data, kelayakan model, dan Uji Regresi Berganda).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil data yang telah diolah maka dapat dipaparkan dimana pembeli sepatu *Skechers* paling tertinggi yaitu berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 85 orang. Sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang. Umur responden pembeli sepatu *Skechers* terbanyak berumur 31-35 tahun sebanyak 37 orang. Sedangkan pembeli yang penggunanya sedikit yaitu responden yang berumur antara 16 hingga 20 tahun sebanyak 5 orang. Tingkat pendidikan responden terbanyak yang membeli sepatu *Skechers* adalah mahasiswa jenjang S1 sejumlah 40 orang dan disusul oleh jenjang D3 sebanyak 35. Sedangkan jenjang SMA/SMK sejumlah 25 orang.

Uji Instrumen Data

Berdasarkan hasil pengujian instrumen data, dapat ditunjukkan bahwa nilai r hitung \geq angka r tabel = 0,165 ($df-2 = 100-2 = 98$). Sehingga dapat dikatakan jika indikator pada setiap variabel yang digunakan dinyatakan valid. Sedangkan pengujian reliabilitas menghasilkan nilai koefisien alpha \geq 0,70. dari hasil ini, maka dapat diindikasikan variabel independen dinyatakan reliabel.

Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	590.831	3	196.944	93.338	.000 ^a
	Residual	202.559	96	2.110		
	Total	793.390	99			

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai F hitung sebesar $93,338 > 2,73$ (F tabel), nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sedangkan pengujian koefisien determinasi (*product moment*) menunjukkan nilai sebesar 0,737 yang dapat diartikan ketiga variabel independen

memiliki prosentase pengaruh sebesar 73,7% pada keputusan pembelian. Nilai residu 26,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebutkan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Standardized Coefficients		
	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.978	5.275	.022
Harga (X1)	.544	20.346	.000
Citra Toko (X2)	.244	5.650	.017
Kualitas Produk (X3)	.335	9.238	.002

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel yang dipaparkan, dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 (H1) ditunjukkan nilai t hitung = 20,346 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka dapat dikatakan Harga memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 1 diterima*).
2. Hasil pengujian hipotesis 2 (H2) ditunjukkan nilai t hitung = 5,650 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,017 < 0,05. Maka dapat dikatakan Citra Toko memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 2 diterima*).
3. Hasil pengujian hipotesis 3 (H3) ditunjukkan nilai t hitung = 9,238 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,002 < 0,05. maka dapat dikatakan Kualitas Produk memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 3 diterima*).

Analisis Regresi Berganda

$$Y = 2,978 + 0,544 X_1 + 0,244 X_2 + 0,335 X_3$$

1. Nilai konstanta pada persamaan regresi berganda tersebut adalah 2,978. Hal ini menyatakan bahwa jika nilai variabel independen lainnya sebesar nol (0), sehingga Keputusan Pembelian senilai 2,978
2. Koefisien regresi Harga (X₁) adalah 0,544. Hal ini dapat diartikan apabila Harga mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel independen yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,544.
3. Koefisien regresi Citra Toko (X₂) adalah 0,244. Hal ini menunjukkan apabila Citra Toko mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel independen yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,244.
4. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk (X₃) adalah 0,335. Hal ini dapat diartikan bila variabel Kualitas Produk meningkat senilai satu (1) satuan dan variabel lain dinyatakan konstan, dapat diartikan variabel Keputusan Pembelian juga akan meningkat senilai 0,335.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari pengolahan data maka dapat dinyatakan bahwa harga memiliki peranan penting pada konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepatu Skechers sehingga dapat diinterpretasikan semakin tepat penentuan harga jual sepatu Skechers di toko sepatu After.disc, maka konsumen akan semakin yakin untuk memutuskan untuk membeli sepatu Skechers. Hasil ini serupa dengan temuan dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) yang menghasilkan temuan jika harga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Kekuatan daya tarik yang membuat konsumen untuk membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc adalah harga yang terjangkau. Sebelum melakukan pembelian, pastinya konsumen akan melihat harga barang tersebut. Harga barang menjadi tolak ukur perbandingan toko satu dengan toko yang lain. Konsumen memutuskan untuk membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc karena harga di toko ini termasuk dalam termurah diantara toko sepatu *original*. Harga jual sepatu Skechers di toko sepatu After.disc berkisar Rp 300.000 sampai Rp 700.000, motif dan modelnya pun sangat beragam. Sedangkan penjualan di toko lain termurah bisa mencapai Rp 1.000.000 sehingga jarak harganya terpaut cukup jauh dengan toko sepatu lain. Hal ini yang menjadi kekuatan untuk menarik pembeli agar membeli produk sepatu Skechers di toko ini.

Toko sepatu After.disc berusaha memberikan harga yang murah tetapi tidak murahan agar mampu membuat calon pembeli untuk memutuskan beli produk sepatu Skechers di toko sepatu After.disc. Selain itu, Toko sepatu After.disc juga memberikan suatu jaminan pengembalian uang 100% cuma-cuma jika sepatu Skechers palsu. Dengan adanya jaminan ini pastinya membuat konsumen akan semakin tertarik untuk membeli di toko sepatu After.disc. Lambat laun, pembeli di toko sepatu After.disc semakin meningkat karena mereka merasa keputusan membeli sepatu di toko ini sangat tepat. Banyak juga konsumen yang setelah membeli di toko sepatu After.disc, membeli ulang (*re-order*) kembali karena sudah membuktikan sendiri.

Semakin tepat toko sepatu After.disc dalam memberikan harga jual sepatu Skechers, maka konsumen semakin yakin untuk membeli sepatu Skechers. Jadi hipotesis yang dirumuskan terbukti.

Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS menyatakan bahwa citra toko memiliki peranan penting pada keputusan konsumen untuk membeli sehingga dapat diinterpretasikan semakin baik citra toko After.disc dalam menjual sepatu Skechers maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu Skechers. Hasil ini serupa dengan temuan dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) yang menghasilkan temuan penelitian bahwa citra toko memiliki peranan penting dalam membentuk keinginan konsumen untuk membeli.

Citra toko menjadi bagian penting dari pertimbangan dari pembeli. Citra toko yang sudah dikenal oleh masyarakat pastinya produknya selalu menjadi perhatian pembeli. Citra dari toko sepatu After.disc di *marketplace* sudah tidak bisa diragukan lagi. Sedangkan untuk penjualan secara offline hanya masih dikenal oleh wilayah sekitar, karena tempatnya masih di daerah Bubakan, Cangkiran Boja. Eksistensi toko sepatu After.disc dalam penjualan sepatu

original dari tahun ke tahun membuktikan bahwa berjualan secara profesional. Pembeli yang sudah tahu akan posisi toko sepatu After.disc dan mengetahui sepatu *Skechers*, pastinya sudah tidak ragu lagi dalam mengambil keputusan membeli produk.

Toko sepatu After.disc menjual sepatu *Skechers* dengan kualitas *original*. Sudah banyak pembeli yang membeli produk sepatu *Skechers* dan memberikan testimoni yang baik dalam penilaiannya. Hal ini juga akan mendukung citra yang baik untuk Toko sepatu After.disc dalam penjualan. Dengan dukungan dari testimoni para pembeli, membuktikan diri bahwa Toko sepatu After.disc adalah toko yang amanah dan tidak curang dalam menjual barang sehingga citra toko sepatu After.disc juga akan semakin baik. Penjualan di *Marketplace*, Toko sepatu After.disc sudah termasuk *star seller* dalam penjualan sepatu *original*.

Pencapaian ini merupakan hasil dari kerja keras Toko sepatu After.disc dalam menjaga amanah yang akhirnya citra Toko sepatu After.disc semakin eksis yang membuat konsumen tidak berpikir ulang jika membeli sepatu di toko After.disc. Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini terbukti.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS menghasilkan temuan bahwa kualitas produk sepatu *Skechers* memiliki peranan dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli. Temuan ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) yang menyatakan jika kualitas produk selalu berperan dalam membentuk keputusan pembelian.

Kualitas dari sepatu *Skechers* sudah tidak perlu diragukan lagi. Sepatu *Skechers* adalah produk sepatu dengan merk dagang dari Amerika Serikat yang sudah eksis sejak dahulu. Pengalaman berpuluh-puluh tahun membuat sepatu *Skechers* mempunyai tempat tersendiri di hati konsumen. Bahan-bahan dasar pembuatan sepatu *Skechers* menggunakan bahan pilihan dan dikerjakan dengan sangat baik yang membuat sepatu *Skechers* mempunyai kualitas dengan sangat unggul.

Kualitas produk merupakan bagian penting dalam memutuskan pembelian selain dengan dari faktor harga dan citra toko. Konsumen memilih sepatu dengan kualitas yang sangat baik karena untuk keawetan pemakaian. Selain dari keawetan saat pemakaian, sepatu *Skechers* juga memiliki motif yang menarik dan trendi yang membuat konsumen sangat menyukai produk sepatu *Skechers*. Toko sepatu After.disc menjual sepatu *Skechers original*. Hal ini membuat konsumen yang awalnya hanya mengecek di *marketplace* jadi memutuskan membeli produk sepatu *Skechers*. Konsumen yang sudah mengetahui produk sepatu *Skechers* pastinya akan langsung membeli apalagi di dukung dengan harga jual di Toko sepatu After.disc yang murah. Jadi membuktikan bahwa kualitas yang terstandar dengan baik akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil Pengujian dari hipotesis 1 yang dirumuskan (H1) menyatakan bahwa harga memiliki peranan penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepatu *Skechers*. Hal ini dapat diartikan semakin tepat penentuan harga jual sepatu *Skechers* di toko sepatu After.disc akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.

2. Pengujian hipotesis 2 (H2) menghasilkan temuan citra toko memiliki pengaruh pada konsumen untuk memutuskan membeli. Sehingga dapat diinterpretasikan semakin eksis dan baik citra toko sepatu After.disc dalam menjual sepatu *Skechers* akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.
3. Pengujian hipotesis 3 (H3) menghasilkan temuan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers*. Hal ini dapat diartikan kualitas produk sepatu *Skechers* yang baik dan terstandar akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.

Saran

1. Bagi Toko Sepatu After.disc
Untuk terus meningkatkan keputusan pembelian sepatu, toko sepatu After.disc dapat menjangkau setiap konsumen dan mendata konsumen yang pernah membeli produk sepatu sehingga akan timbul *feedback* yang baik bagi toko sepatu After.disc karena pelanggan merasa dihormati dan toko tidak kehilangan jejak pembeli apabila pembeli ingin *reorder* kembali.
2. Penelitian selanjutnya
Bagi peneliti yang akan meneliti tentang keputusan pembelian, hendaknya mengembangkan variabel lain yang masih memiliki peranan dalam keputusan pembelian diantaranya promosi, pemberian diskon, kepercayaan, pemberian hadiah, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ayu Kurniasih, A. M. (2021). Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart Cabang Garuda Medan. *AL- QASD Journal*, Vol. 3 No. 1 Februari 2021 Hal.53-62.
- Caroline Lystia Rut Winasis, H. S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga Promosi, Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Terapan*, Volume 3, Issue 4, Maret 2022 (392-403).
- Doni Marlius, N. J. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji . *Jurnal Economina*, Volume 2, Nomor 2, Februari 2023.
- Ika Diah Saputri, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research*, Vol 4, No 2, Juni 2023, pp. 134–141.
- Kasali, R. (2016). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing. Edisi 15*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition New*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Maryam Batubara, P. R. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume 4 No 5 (1327-1342).

- Muhammad Abdul Kohar Septyadi, M. S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Volume 3, Issue 1, 2022 (301-313).
- Nurfauzi, Y. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1) 2023 : 183-188.
- Rama Rosadi, L. A. (2023). Pengaruh Atmosfer Toko dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Superindo Supermarket Karawang). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi*, Vol. 2, No.1, Bulan Juni: 79–84.
- Shinta Nuriyah, M. A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, Juni 2022, Vol 2 No 1, 53-60.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Andy Offset.