

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
TERHADAP PEMBUATAN SUKU CADANG ALAT BERAT DI CV ANUGERAH TEKNINDO
ABADI SURABAYA**

Yafem Satria Nugraha
1211600064

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Petemon 4A / 41 60252
yafems@gmail.com

ABSTRAK

Analisis yang dilakukan adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan yang telah dipaparkan adalah untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh atau proses pemasaran pada CV Anugerah Teknindo Abadi Surabaya dengan cara menganalisis faktor-faktor keputusan pembelian dari konsumen baik dalam hal kualitas produk, harga maupun iklan yang telah diterapkan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The analysis conducted is to determine whether there is an influence of product quality, price, and advertising on consumer purchasing decisions on the manufacture of heavy equipment spare parts in CV Anugerah Teknindo Abadi. The research objectives to be achieved in accordance with the formulation that has been presented is to find out and prove the influence or marketing process on CV Anugerah Teknindo Abadi Surabaya by analyzing the purchasing decision factors of consumers both in terms of product quality, price and advertising that has been applied by company.

Keywords: *Product Quality, Price, Advertising, Purchasing Decisions*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Objek penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah CV Anugerah Teknindo Abadi. CV Anugerah Teknindo Abadi merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang pembuatan, perawatan dan perbaikan suku cadang alat berat maupun mesin industri yang berada di Jalan Simo Kwagean 44 Surabaya. Suku cadang dan mesin yang dibuat oleh CV Anugerah Teknindo Abadi seperti *flexible stainless for chemical and manifold, slang industry*, mur, baut, *double neple / kombinasi verlope, hose, fitting, elbow, flange* kotak / bulat, *air cylinder, hydrolic*, mesin *press*, mesin *cutting, cursher stone*, dan lainnya sesuai dengan pesanan yang diminta pelanggan. Barang-barang yang sering depesan oleh pelanggan tiap minggunya meliputi mur dan baut, sedangkan tiap bulannya pelanggan akan memesan *flexible stainless*, rangkaian meja pompa, dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik CV Anugerah Teknindo Abadi, bahan baku dan alat-alat yang diproduksi dalam pembuatan suku cadang alat berat ini tidak ada dan tidak dijual bebas dipasaran yang membuat produk-produk yang dihasilkan pun hanya

husus dibuat dan diproduksi di perusahaan ini saja.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh signifikan secara serempak terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah iklan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan secara serempak terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh kualitas produk signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pengaruh harga signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Pengaruh iklan signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai teknik yang digunakan oleh perusahaan serta berguna untuk menjadi referensi, acuan, dan wawasan untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktik

Dengan menemukan solusi yang lebih baik diharapkan dapat membantu CV Anugerah Teknindo Abadi terutama di bagian pemasaran.

2.Landasan Teori

2.1 Manajemen Pemasaran

manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul guna mendapatkan keuntungan. Manajemen pemasaran dapat disimpulkan bahwa setiap program yang dirancang oleh manajemen adalah untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

2.2 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan.

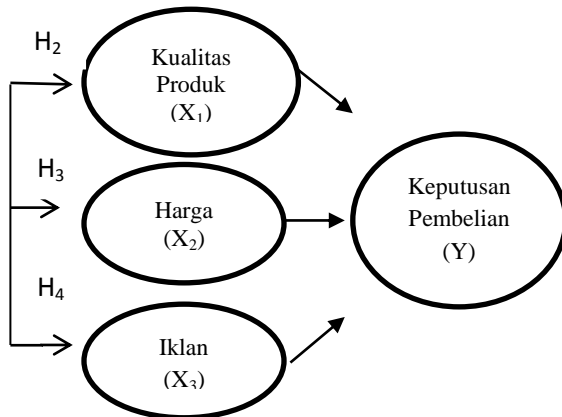
2.3 Harga

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk dibayar lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu

2.4 Iklan

periklanan bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya suatu produk, membantu meyakinkan pelanggan dalam membeli dan membedakan suatu produk tersebut dengan produk yang lain.

2.5 Kerangka Konseptual



2.4. Hipotesis

Atas dasar kerangka konseptual dan model diatas maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas Produk secara berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Suku Cadang Alat Berat CV Anugerah Teknindo Abadi di Surabaya.
- H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Suku Cadang Alat Berat CV Anugerah Teknindo Abadi di Surabaya.
- H₃ : Iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Suku Cadang Alat Berat CV Anugerah Teknindo Abadi di Surabaya.
- H₄ : Kualitas Produk, Harga, dan Iklan secara serempak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian Suku Cadang Alat Berat CV Anugerah Teknindo Abadi di Surabaya.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode ini disebut metode kuantitatif karena data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, karena bermaksud untuk meneliti dan menentukan informasi dari suatu fenomena tertentu dan berusaha memberi gambaran secermat mungkin, mengenai kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian suku cadang alat berat CV Anugerah Teknindo Abadi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah cakupan wilayah yang menjadi objek penelitian, dan penelitian ini dilakukan pada pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi di Jl. Simo Kwagean 44 Surabaya.

3.2.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2020 sampai selesai.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan pemikiran secara logis, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer dan sekunder.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah individu ataupun industri-industri yang membutuhkan teknik bubut untuk menjalankan usahanya, dalam penelitian ini dan berjumlah *infinite population*, artinya jumlah populasinya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Cara pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *accidental random sampling*, yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipakai penulis adalah kuesioner kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu tiga variabel bebas atau independent dan satu variabel terikat atau dependent. Variabel bebas atau independent dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan iklan, sedangkan variabel terikat atau dependent dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.8 Proses Pengolahan Data

Proses pengolahan data yang dilakukan yaitu menggunakan :

1. *Editing*, yaitu menyeleksi jawaban kuesioner untuk mendapatkan jawaban yang valid dengan kriteria ada jawaban yang ganda pada satu nomor.

2. *Coding*, yaitu memberi kode pada masing-masing jawaban agar mudah diklarifikasikan.
3. *Scoring*, yaitu memberi nilai atau mengkuantitatifkan jawaban kuesioner ke dalam angka.
4. *Tabulating*, yaitu memasukkan angka-angka dalam tabel agar mudah di analisis.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji kemampuan instrumen penelitian dalam melakukan pengukuran obyek yang seharusnya diukur. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah dan valid tidaknya alat ukur.

3.9.1 Uji Reliabilitas

Alat ukur atau instrumen penelitian yang baik dapat digunakan secara konsisten setiap saat. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika responden memberikan jawaban pada item pertanyaan yang ada dalam kuesioner secara konsisten dan stabil.

3.10 Teknik Pengujian Hipotesis

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t, terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik, pengujian ini dilakukan hanya untuk menguji validitas dari data primer yang diperoleh.

3.10.1 Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi residual. Uji normalitas ini adalah suatu bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal.

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji model regresi. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antara variabel independen.

3.10.3 Uji Heterokedastistas

Asumsi heterokedastistas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Uji heterokedastistas digunakan untuk mengetahui apakah model dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ atau sebelumnya.

3.10.5 Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebas, dengan tingkat keyakinan mencapai 95% ($\alpha = 0,05$).

b. Uji t

Uji t, digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau

lebih dan juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

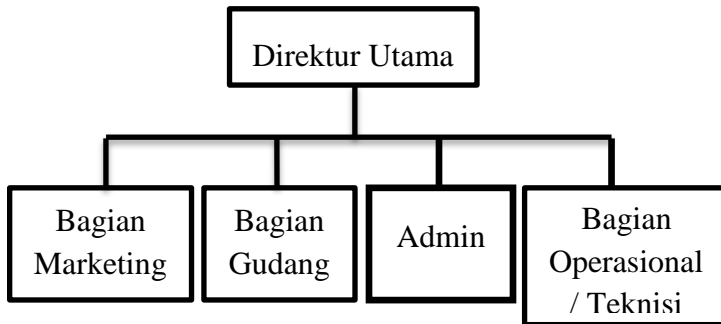
4.1.1.1 Visi Perusahaan

Menjadikan mitra yang terpercaya didalam memenuhi kebutuhan sparepart dan perawatan serta menjadi perusahaan *General supplier &* perdagangan umum yang terkemuka di kalangan perusahaan dalam bidang mesin industri, alat berat & perkapalan.

4.1.1.2 Misi Perusahaan

- Menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan/konsumen dibidangnya.
- Memberikan pelayanan terbaik bagi setiap perusahaan/konsumen yang bekerjasama.
- Memenuhi kebutuhan sparepart/mengerjakan perawatan mesin dengan ketepatan waktu dan menjaga kualitas hasil kerja.

4.2 Struktur Organisasi & Tanggung Jawab



1. Direktur Utama

- a. Bertanggung jawab dalam memimpin dan mengelola proses bisnis perusahaan agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- b. Melakukan otorisasi yang diperlukan dalam kegiatan perusahaan.
- c. Memberikan wewenang dan tanggung jawab kepada karyawan.

2. Bagian Marketing

- a. Mengoordinasi admin dan kasir dalam melakukan pekerjaannya dalam proses penjualan perusahaan.
- b. Mengarsip dokumen – dokumen perusahaan yang diperlukan.
- c. Membantu kasir dalam merekap pendapatan per minggu dan per bulan.

3. Bagian Gudang

- a. Mengawasi dan mengoordinasi kinerja karyawan gudang dan kurir pengiriman.
- b. Mengawasi dan mengontrol semua barang yang masuk dan keluar.
- c. Mengawasi jalannya proses pengiriman barang hingga sampai ke tangan pelanggan.

4. Bagian Operasional / Teknisi

- a. Mengawasi dan mengoordinasi para teknisi dan pembantu teknisi dalam menjalankan tugasnya.
- b. Mengecek dan melakukan pemeliharaan terhadap mesin produksi.
- c. Mendesain pesanan pelanggan.

5. Admin

- a. Menerima pesanan dari pelanggan.
- b. Membuat Surat Perintah Kerja (SPK) rangkap 2.
- c. Mengumpulkan dan menyusun dokumen perusahaan.

4.3 Sejarah Perusahaan

Dengan perkembangan teknologi diikuti pembuatan / pengembangan mesin-mesin baru, baik mesin industri, alat berat dan perkapalan, maka untuk menjaga agar mesin-mesin bisa digunakan dengan maksimal maka

perlu adanya perawatan (*maintenance*) serta untuk memenuhi kebutuhan sparepart yang dibutuhkan maka CV. ANUGERAH TEKNINDO ABADI berdiri dan ambil bagian didalamnya.

4.4 Lokasi Perusahaan

Saat ini CV. Anugerah Teknindo Abadi berlokasi di Jl. Simo Kwagean No 44, Kelurahan Petemon, Kecamatan Sawahan Surabaya.

4.6 Target Pasar dan Konsumen

CV. Anugerah Teknindo Abadi adalah perusahaan yang berkecimpung dalam dunia bubut oleh karena itu pasar dan konsumen yang menjadi target dari perusahaan ini adalah individu ataupun industri yang membutuhkan teknik bubut untuk menjalankan usahanya.

4.7 Jadwal Kerja Karyawan

Jam Kerja yang diberlakukan oleh CV Anugerah Teknindo Abadi adalah sebagai berikut:

- Senin – Jumat = 08.00 – 17.00
- Sabtu = 08.00 – 14.00

4.8 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang menjadi perhatian, antara lain:

1. Variabel-variabel yang dianalisis pada penelitian ini hanya menggunakan variabel Kualitas Produk, harga dan iklan , mungkin masih ada faktor lain yang dapat memberikan dampak pada peningkatan keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, lokasi dan lain-lain.
2. Terdapat jawaban yang kurang menggambarkan keadaan sesungguhnya hal ini terlihat dari sikap responden yang cenderung tidak sungguh-sungguh dalam mengisi kuesioner.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Kualitas Produk, Harga dan Iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi. Sehingga hipotesis yang diajukan oleh peneliti terbukti kebenarannya.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi.

Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.

3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi. Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.

4. Iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi. Sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.

5.2. Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan CV Anugerah Teknindo Abadi terus mempertahankan kualitas produk karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Diharapkan perusahaan lebih memperhatikan harga yang telah ditetapkan supaya konsumen lebih sering melakukan transaksi pembuatan suku cadang alat berat dan tidak mengeluh tentang harganya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, agar dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pembuatan suku cadang alat berat di CV Anugerah Teknindo Abadi selain kualitas produk, harga dan iklan.

