

**PENGARUH KUALITAS DAN REFERENSI TERHADAP MINAT BELI
T-SHIRT PADA DISTRO DI TEMBILAHAN (STUDI KASUS SISWA/SISWI
DAN MAHASISWA/MAHASISWI INDRAGIRI HILIR)**

Zainal Arifin, Dewi Sri Susanti

zainalbdpn@gmail.com, dewisrisusanti22@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of quality and reference on buying interest in t-shirts at distributions in Tembilahan (a case study of Indragiri Hilir students / students. The x variable tested in this study is quality and reference as independent variables while buying interest. as the dependent variable.

The population in this study were t-shirt consumers at distros who shop at Macro distros, Black Shop, and Bubuhan Shop in Tembilahan. The research sample consisted of 100 respondents. Sorting samples using the Bailey method where the number of samples is not known because the number of samples is not known, because the minimum number is 30 people and the maximum is as much as possible.

From the research results obtained multiple linear regression equation, namely $Y = 9.722 + 0.101 + 0.271$. The value of the coefficient of determination (R square) is 0.414, this shows that the percentage of the contribution of the influence of the independent variables, namely the quality and reference to the dependent variable of buying interest is 41.4% and the remaining 58.6% is influenced by other variables not mentioned in this study. After doing a partial test, it can be concluded that the quality and reference variables have a significant effect on buying interest in t-shirts at additional distributions with $t_{count} > t_{table}$, namely 2.930 and $4.746 > 1.984$, respectively. Then, the test simultaneously shows that $f_{count} > f_{table}$ is $34.284 > 3.09$ with a significant level of 5% indicating that quality and reference together have an effect on buying interest in t-shirts at the distribution in Tembilahan.

Keywords: Quality, Reference and Purchase Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan referensi terhadap minat beli t-shirt pada distro di Tembilahan (Studi kasus siswa/siswi dan mahasisiwi/mahasiswa Indragiri Hilir. Variabel x yang di uji dalam penelitian ini adalah kualitas dan referensi sebagai variabel independen sedangkan minat beli sebagai varibel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen t-shirt pada distro yang berbelanja di distro Macro, Black Shop, dan Bubuhan Shop di Tembilahan yang meliputi siswa/siswi dan mahasiswa/mahasiswa Indragiri Hilir. Pemilahan sampel menggunakan metode bailey yang mana jumlah sampel tidak di ketahui karena jumlah sampel tidak di ketahui, karena jumlah minimal 30 orang dan maksimal nya sebanyak-banyaknya.

Dari hasil penelitian di peroleh persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 9,722 + 0,101 + 0,271$. Nilai koefisien determinasi (R square) adalah 0,414 hal ini menunjukan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu kualitas dan referensi terhadap variabel dependen minat beli sebesar 41,4% dan sisanya 58,6 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di sebutkan dalam penelitian ini. Setelah di lakukan uji parsial di dapat bahwa variabel kualitas dan referensi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli t-shirt pada distro di tembilahan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu masing-masing $2,930$ dan $4,746 > 1,984$. Kemudian di lakukan pengujian secara simultan menunjukan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $34,284 > 3,09$ dengan taraf signifikan 5% mengindikasikan bahwa kualitas dan referensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli t-shirt pada distro di Tembilahan.

Kata Kunci: Kualitas, Referensi dan Minat Beli.

A. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di benaknya.

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis

yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian (Pujadi, 2010). Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan dipasaran.

Fashion merupakan bagian paling penting bagi masyarakat modern. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan dalam dunia industri hiburan, informasi dan teknologi, gaya berbusana menjadi media untuk menunjukkan eksistensi seseorang. Produk *fashion* saat ini berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan trend yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan *fashion* yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya trendi.

Kaos oblong atau disebut juga *t-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, dan perut. Kaos oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaos oblong belangan pendek (melewati bahu hingga siku) dan berleher bundar. Bahan yang umumnya di gunakan membuat kaos adalah katun.

Distro yaitu singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian

dan aksesoris yang di titipkan oleh pembuat pakaian, atau menjual produknya sendiri. Distro menawarkan kebutuhan *trend* anak muda seperti *t-shirt*, kemeja, jaket serta asesoris lainya mulai dari topi, tas, ikat pinggang, dan dompet. Distro banyak di pilih karena banyak pemuda lebih menyukai produk di keluarkan oleh distro, selain itu produk yang di keluarkan memiliki desain yang lebih unik dan menarik di mata anak muda.

Dari uraian latar belakang masalah diatas penulis kemudian melakukan studi kasus lebih lanjut untuk mengkaji secara lebih mendalam dengan judul **"PENGARUH KUALITAS DAN REFERENSI TERHADAP MINAT BELI T-SHIRT PADA DISTRO DI TEMBILAHAN (STUDI KASUS SISWA/SISWI DAN MAHASISWA/MAHASISWI INDRAGIRI HILIR)"**

B. LANDASAN TEORI

Menurut Schreoder dalam Nastiti (2014), kualitas di definisikan sebagai "kecocokan penggunaan" berarti bahwa produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan, artinya bahwa produk itu cocok dengan penggunaan pelanggan yang berkaitan dengan nilai yang di terima pelanggan dan dengan kepuasan konsumen. Menurut Nastiti (2014) kualitas suatu produk dapat memiliki peranan penting di dalam sebuah perusahaan, karena dapat memiliki simbol kepercayaan yang bernilai di mata konsumen.

Menurut Sumarwan (2011) referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon efektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok referensi akan

meberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Menurut Kinnear dan Taylor (2003) dalam Sukmawati (1994) yaitu merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Kotler dan Keller dalam Adi (2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang di tawarkan.

Hipotesis

Sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah "Diduga Kualitas dan Referensi berpengaruh terhadap Minat Beli T-SHIRT pada Distro Di Tembilahan (Studi Kasus Siswa/Siswi dan Mahasiswa/Mahasiswa Indragiri Hilir)"

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

- Variabel Bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas dan Referensi, yaitu Kualitas (X1) dan Referensi (X2).
- Variabel Terikat (*Dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas, yang menjadi variabel terikat yaitu Minat Beli (Y)

C. METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen *t-shirt* di kota Tembilahan yang membeli *t-shirt* yang meliputi siswa/siswi dan mahasiswa/mahasiswi indragiri hilir.

Sampel

Menurut metode bailey jumlah sampel tidak diketahui karena jumlah sampel tidak diketahui karena jumlah minimal 30 orang dan maksimal sebanyak-banyaknya, lebih dari 100 orang. Di dalam penelitian ini, peneliti mengambil sebanyak 100 orang responden. Sampel yang diambil adalah siswa/siswi dan mahasiswa/mahasiswi indragiri hilir.

Analisis Data

Untuk menganalisis data penulis menggunakan analisis regresi linear Berganda dengan bantuan program SPSS. Untuk itu penulis menggunakan rumus regresi linear Berganda dengan persamaan regresinya adalah sebagai berikut (Irianto, 2014 ; 191) :

1. Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:
 Y = Variabel Terikat (Kinerja)
 a = Konstanta
 b = Koefisien Regresi
 X = Kompensasi
 X_1 = Kompensasi Finansial
 X_2 = Kompensasi Non Finansial
 e = Standar error
2. Uji Hipotesis
 - a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
 - b. Hasil Uji Simultan (Uji F)
 - c. Uji Parsial (Uji t)

D. HASIL PENELITIAN

Hasil yang dari SPSS yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,772 + 0,101X_1 + 0,271X_2$$

1. Konstanta (a) sebesar 9,722 yang berarti jika Kualitas dan Referensi bernilai nol maka Minat beli akan tetap sebesar 9,722.
2. Kualitas mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,101 yang berarti jika Kualitas sebesar 1% maka minat beli akan meningkat sebesar 0,101.
3. Referensi mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,271 yang berarti jika referensi naik sebesar 1% maka Minat Beli akan meningkat sebesar 0,271.

Uji Koefisien Determinasi

Pada tabel terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (R^2) sebesar 0,414 hal ini berarti 41,4% variabel Minat beli dipengaruhi oleh dua variabel bebas yaitu Kualitas dan Referensi. Sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

Uji Statistik T

Berdasarkan tabel pada statistik uji-t yang terdiri dari Kualitas (X_1), Referensi (X_2) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap Minat Beli (Y):

1. Variabel Kualitas menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel}(2,930) > (1,984)$ berarti variabel Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
2. Variabel Referensi menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel}(4,746) > (1,984)$ berarti variabel

Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Uji Statistik F

Berdasarkan tabel output spss diketahui bahwa nilai signifikan dalam uji F sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas dan Referensi, dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian adalah:

- a. Variabel independen yaitu kualitas dan referensi berpengaruh signifikan terhadap minat beli *t-shirt* pada distro, apabila kualitas tepat dan referensi tepat maka minat beli akan meningkat.
- b. Berdasarkan uji Determinasi R^2 41,4% variabel di pengaruhi oleh kualitas dan referensi, sementara 58,6% di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian seperti brand, faktor kemasan, faktor harga dan faktor ketersediaan barang.
- c. Dari hasil uji simultan di dapat variabel kualitas dan referensi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *t-shirt* pada distro.

2. Saran

Hasil penelitian menunjukan bahwa Kualitas dan Referensi berpengaruh terhadap Minat Beli, sehingga studi kasus ini memberikan saran:

- a. Melihat kesimpulan diatas beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai

berikut: Karena dalam penelitian Kualitas dan Referensi telah berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli, untuk selanjutnya peneliti menambahkan variabel lain dalam meneliti pengaruh Minat beli terhadap *t-shirt* pada distro.

- b. Melihat dari hasil penelitian ini variabel Kualitas dan Referensi berpengaruh terhadap Minat Beli *t-shirt* pada distro hendak nya peneliti selanjutnya mencari variabel lain terhadap Minat Beli. Dengan demikian akan didapat hasil yang maksimal dalam suatu peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus Ferry Rostya., Agung setiabudi., *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pada Distro Hustle Bandung)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, 2018.
- Amalina, bachriansyah rizky., *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Presepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Ema hikmah., *Analisa Faktor-Faktor Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Notebook Merek Acer Di Tembilahan*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri Tembilahan. 2017
- Eva kurnita., *Analisa Minat Intenal Dan Eksternal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pusat Kota Tembilahan*, Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri Tembilahan, 2017.

- Mandasari kartika., *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Jasa Perhotelan (Studi Kasus Pada Hotel Grasi Semarang)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011.
- Maudy, vena meylinda, *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN Alaudin Makasar, 2017.
- Rizky ayuningtyas., *Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Amdk Ades Di Kota Semarang)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2016.
- Veronika., *Pengaruh Iiklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016.
- Zainuddin nur., *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk Dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)*, Tesis, Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2016.
- Fitriana stella., *Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2013.
- Ghanimta fifyant., *Analisa Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, Universitas Diponegoro Semarang, 2012.
- Rendi, kezia., *Pengaruh Kualitas E-servie Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim)*, Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, 2013.
- Rojikin, Mansur dan Khoirul., *Pengaruh Harga Dan Desain Terhadap Minat Pembelian Di Distro Overtoun Malang*, Jurnal, Fakultas Ekonomi, Universitas Malang, 2017.
- Rizky muhamad, dan Yasin hanifa., *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt, Nailah Adi Kurnia Sei MenciriMedan*, Jurnal, Manajemen dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara dan Stie Nusa Bangsa, 2014.
- Setiabudi agung., *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey) Pada Distro Hustel Bandung*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, 2018.
- Yuliana pramudi risky., *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal*, Jurnal, Riset Ekonomi dan Manajemen, Universitas Negeri Surabaya, 2015.
- Yunita, benny., *Hubungan Antara Resepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim*, Jurnal Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2014
- Yunita elwisam mega., *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Pada Indomaret Wilayah Pasar Minggu*, Jurnal, ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional, 2017.
- <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>
- <http://eprints.umm.ac.id/36035/3/jiptu-mmpp-gdl-lubnatussi-50357-3-babii.pdf>