

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINATBELI ULANG HANDPHONE VIVO DI PLAZA MEDAN FAIR

Oleh:

Iwanti Pasaribu ¹⁾

Munilia Waruwu ²⁾

R.B Napitupulu ³⁾

Universitas Darma Agung ^{1,2,3,4)}

E-mail:

Wantypasaribu24@gmail.com ¹⁾

Muniliawaruwu07@gmail.com ²⁾

Rb.napitupulu@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

Product quality is the overall characteristics and characteristics of goods and services that affect the ability to meet consumer needs and desires. This study aims to determine the effect of product quality on the interest in buying vivo cellphones again at Plaza Medan Fair. The data analysis method used is the quantitative analysis method. The number of samples is 83 respondents, using SPSS software which can be concluded from the results of a simple regression equation as follows $Y=23.026+0.140$. From the simple regression equation it can be seen that product quality has a positive effect on repurchase interest and based on the results of the t test $T_{count} 2.271 > t_{table} 1.989$ with a significant value level ($0.000 < 0.05$) means that product quality has a positive effect on repurchase interest, and the value of determination test (R^2) of 0.514 indicates that product quality has an effect of 51,4% on repurchase interest and the remaining 48,6% is influenced by other variables. Based on the research conducted, the authors provide suggestions, namely to increase the trust of existing consumers while still paying attention to product quality, it will increase repurchase interest and provide satisfaction to costumers who use vivo mobile phone in the future.

Keywords: Product Quality and Repurchase Interest

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Minat beli ulang merupakan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo di plaza medan fair. Metode Analisis data yang digunakan adalah metode analisis Kuantitatif. Dimana jumlah sampel sebanyak 83 responden, menggunakan software SPSS yang dapat disimpulkan hasil persamaan regresi sederhana sebagai berikut : $Y = 23.026 + 0,140$. Dari persamaan regresi sederhana terlihat bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Dan berdasarkan hasil uji t nilai $t_{hitung} 2.271 > t_{tabel} 1,989$ dengan tingkat nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang. Dan nilai uji determinasi (R^2) sebesar 0,514 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh sebesar 51,4% terhadap minat beli ulang dan sisanya 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran yakni untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yang sudah ada tetap memperhatikan kualitas produk,

maka akan meningkatkan minat beli ulang serta memberikan rasa puas kepada pelanggan yang menggunakan handphone vivo kedepannya.

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin meluas dan melebar serta banyaknya kebutuhan masyarakat yang dilakukan dengan menggunakan teknologi. Perusahaan melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini, salah satunya yaitu handphone. Pengguna handphone sekarang ini sudah mulai merambah ke berbagai kalangan, tidak hanya untuk kalangan bisnis saja tetapi masyarakat biasa pun sudah banyak menggunakannya. Smartphone adalah handphone pintar yang dapat membantu keperluan masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain, selain itu handphone juga bisa menjadi alat edukasi untuk masyarakat saat ini karena handphone diklasifikasikan sebagai *high end mobile phone* yang dilengkapi dengan kemampuan *mobile computing*. Handphone VIVO merupakan jenis android yang membuktikan bahwa dengan kualitas yang dipercaya dapat meningkatkan penjualan smartphone mereka dibandingkan dengan merek produk lainnya. VIVO mengembangkan produk yang dinamis dan bergaya muda serta penuh gairah. Produk yang berkualitas merupakan faktor penting yang akan menentukan keputusan konsumen khususnya dalam proses menarik minat beli ulang. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Minat beli ulang adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan

untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo Di Plaza Medan Fair”**.

1.1 Batasan Masalah

Untuk mempermudah pengarahan dalam mengumpulkan data yang relevan, penulis membatasi masalah hanya pada **“Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo Di Plaza Medan Fair”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: **“Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo Di Plaza Medan Fair”**.

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menambah wawasan bagi penulis tentang kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemimpin perusahaan tentang kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya tentang

kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai bahan perbandingan sewaktu duduk dibangku kuliah dengan yang terjadi dilapangan mengenai kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo.
2. Sebagai bahan perbandingan bagi pemimpin perusahaan mengenai kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo.
3. Sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya tentang kualitas produk terhadap minat beli ulang handphone vivo

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan masukan bagi penulis mengenai Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo.
2. Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan mengenai Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo.
3. Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya mengenai Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.

3. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin.

2.2 Minat Beli Ulang

Minat beli ulang adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang di inginkan dari suatu produk. Minat beli ulang tercipta karena konsumen merasa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai apa yang mereka harapkan, sehingga konsumen akan berniat untuk melakukan pembelian kembali diwaktu selanjutnya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Plaza Medan Fair, yang beralamat di Jalan Gatot Subroto, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian di mulai pada bulan Mei sampai dengan September 2022.

Populasi

Populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah tentang Pengaruh Kualitas Handphone Vivo Terhadap Minat Beli Ulang Di Plaza Medan Fair. Populasi yang melakukan minat beli ulang sebanyak 480 orang.

Sampel

Dalam penelitian ini 83 responden menjadi sampel. Rumus Slovin: $n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$ digunakan peneliti untuk menghitung jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan langsung ke perpustakaan dengan cara membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan penulis skripsi.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan langsung ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

- Observasi (pengamatan)
- Daftar Pertanyaan (*Questioner*)
- Wawancara (*Interview*)

Metode Analisis Data

Metode yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas, dimana hasil penelitian beserta analisisnya diuraikan dalam suatu tulisan ilmiah yang mana dari analisis tersebut akan dibentuk suatu kesimpulan.

Statistik Deskriptif

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Statistik Regresi Linear Sederhana

Salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*).

Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Individu (Uji-t)

Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

$H_0 : b = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikansi dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

$H_1 : b \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh secara signifikansi dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen pengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas Y yang disebabkan oleh variabel bebas X.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

PT. Kaisheng Elektronika Teknologi merupakan salah satu perusahaan ternama yang bergerak dibidang smartphone dengan Brand ternama VIVO.

Perusahaan ini berdiri di Indonesia tepatnya pada tahun 2014. Walaupun produknya baru di Indonesia tapi penjualan bisa bersaing dengan merek lain yang sudah berjalan lama di Indonesia. PT. Kaisheng Elektronika Teknologi Medan ini terkait dengan strategi pemasaran, analisis pesaing, rencana desain dan pengembangan.

4.2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	83	24	30	27.08	1.261
Minat Beli Ulang Valid N (listwise)	83	23	29	26.82	1.308

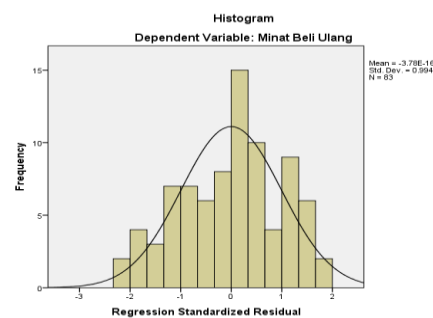
Variabel Kualitas Produk memiliki nilai rata-rata 27.08 dengan nilai minimum 24 dan nilai maximum sebesar 30 serta standar deviasi 1.261 dengan menggunakan sampel sebanyak 83. Dan pada variabel Minat Beli Ulang dengan Sampel 83 Costumer memiliki nilai rata-rata sebesar 26.82 satuan dengan nilai minimum sebesar 23 dan nilai maximum sebesar 29.00 serta nilai standar deviasi sebesar 1.308.

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000 Std. Deviation 1.5565208
Most Extreme Differences	Absolute .136

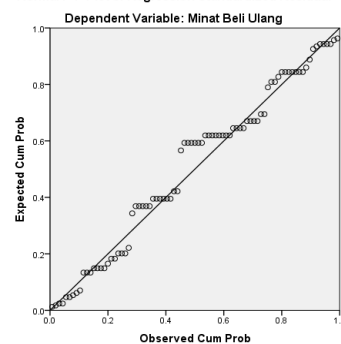
Positive	.065
Negative	-.136
Test Statistic	.578
Asymp. Sig. (2-tailed)	.664 ^c

Bagian yang perlu dilihat untuk Uji Normalitas adalah baris Test Statistic dan Asymp Sig (2 tailed). Jika nilai Asymp sig lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data terdistribusi normal, jika Asymp sig kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.



Grafik histogram diatas menunjukkan bahwa data telah berdistribusikan secara normal. Hal ini dapat dilihat dengan grafik histogram menunjukkan distribusi data mengikuti garis diagonal yang tidak menceng ke kiri maupun kekanan.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada grafik PP Plot terlihat titik yang menyebar disekitar mengikuti garis diagonal, yang menunjukkan data terdistribusi dengan normal. Kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk memenuhi uji normalitas data.

Uji Validitas Kualitas Produk(X)

Item-Total Statistics			
Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
x.1	0,519	0,215	Valid
x.2	0,333	0,215	Valid
x.3	0,247	0,215	Valid
x.4	0,408	0,215	Valid
x.5	0,385	0,215	Valid
x.6	0,487	0,215	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS 22

Setelah dilakukan Uji Validitas pada variabel (X) Kualitas berdasarkan pernyataan sebanyak 6 semua dinyatakan valid karena telah memenuhi persyaratan dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu nilai setiap pernyataan $> 0,215$.

Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y)

Item-Total Statistics			
Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Y.1	0,497	0,215	Valid
Y.2	0,486	0,215	Valid
Y.3	0,397	0,215	Valid
Y.4	0,300	0,215	Valid
Y.5	0,336	0,215	Valid
Y.6	0,401	0,215	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS 22

Setelah dilakukan Uji Validitas pada variabel (Y) Minat Beli Ulang berdasarkan pernyataan sebanyak 6 semua dinyatakan valid karena telah memenuhi persyaratan dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu nilai setiap pernyataan $> 0,215$.

Uji Reliabilitas

Nilai dari hasil variabel Kualitas (X) menghasilkan nilai *alpha cronbach* ($0,387 > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Nilai dari hasil variabel Minat Beli Ulang (Y) menghasilkan nilai *alpha cronbach* ($0,465 > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	23.026	3.096		7.437	.000
Kualitas Produk	.140	.114	.135	2.271	.224

Sumber : Hasil Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dari variabel Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} 2.271 > t_{tabel} 1,989$ dengan tingkat nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang pada Plaza Medan Fair.

Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.351 ^a	.514	.286	1.304

Sumber : Hasil Olahan SPSS 22

Berdasarkan koefisien determinasi R^2 adalah

sebesar 0,514. Artinya 51,4% variasi variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas secara bersamaan, sedangkan sisanya adalah 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam peneliti.

Hasil Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan secara statistik dengan menggunakan program SPSS maka dapat diketahui variabel kualitas memiliki nilai $t_{hitung} 2,271 > t_{tabel} 1,989$. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang pada Plaza Medan Fair.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Ricky Liangan (2014) yang menyatakan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk elektronik di toko sinar mutiara kota Gorontalo, berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Anisa Nurul Ananda (2020) yang menyatakan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang *Nature Republic*, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Dan penelitian ini sejalan yang dilakukan Puspita Ringga Sarah (2010) yang menyatakan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang ponsel samsung di wilayah surabaya, berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai kolerasi R sebesar 0,514. Artinya 51,4% variasi variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas secara bersamaan, sedangkan sisanya adalah 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam peneliti.

5. SIMPULAN

Persamaan regresi antara constant dengan kualitas produk $Y = 23.026 + 0,140X$. Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa constant (a) sebesar 23.026 dan nilai koefisien variabel kualitas (b) bernilai 0,140. Menunjukkan bahwa jika kualitas produk dianggap konstan pada variabel minat beli ulang. Dan koefisien sebesar 0,140 dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas (Kualitas Produk).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang ingin peneliti uraikan :

1. Pimpinan perusahaan supaya dapat mempertahankan perusahaan terus melakukan pengembangan inovasi-inovasi pada kualitas produk handphone vivo agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.
2. Untuk meningkatkan mutunya perusahaan mengadakan promo-promo yang menarik, agar pelanggan tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada sehingga meningkatkan minat beli ulang.

6. DAFTAR PUSTAKA

- AP Perangin-angin.2019.Pengertian *Kualitas*. Jakarta
- Ferdinand 2014 . *Indikator Minat Beli Ulang*.Politeknik Ubaya.Surabaya. Arum Wahyuni
- Garvin Tjiptono,2016 . *Dimensi Kualitas*. D3 Manajemen Pemasaran.Cristin Valentine sitorus.Universitas Telkom
- Heizer J dan Render B 2015. *Pengertian Kualitas*. Yogyakarta. Mujiati Munawa
- Keller,dkk dalam suryati 2015.Pengertian *Kualitas*.W Winarso. Jurnal ilmiah Akuntansi dan Manajemen.Jakarta

- Kotler dan Armstrong 2019. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang*. Nur Elsa Afriati. Jakarta
- Mulyani, D. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Lipstik Merek Wardah pada Mahasiswa Universitas Tadulako Palu*. Lmu Manajemen Universitas Tadulako Palu.
- Nur Haqiqi, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Perkebunan Sayur Adritani Farm*. Kabupaten Cianjur.
- Petter dan Olson. 2014. *Minat Beli Ulang*. Jurnal Manajemen. Ananda Putri. Bali
- Puspita Ringga Sarah 2010. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Ponsel Samsung Di Wilayah Surabaya*
- Ricky Liangan 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Elektronik di Toko Sinar Mutiara Kota*