

Pengaruh Kualitas Produk dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Sandal Eiger

Moch. Virgiawan Anjasmara¹, Nuruni Ika K.W²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
anjasmara@gmail.com¹, ikanuruni.mnj@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze product quality and consumer motivation towards purchasing decisions on Indonesian eiger sandals. Research methodology: This study uses quantitative research methods that are processed using Smart PLS software. To determine the sample in this study using a non-probability sampling method with the technique used is incidental sampling with a total sample of 85 samples. The results showed that product quality and consumer motivation had a positive and significant effect on purchasing decisions on the Eiger sandal shoe product. The limitation of this research is that it only uses one object of research and has not used several companies with different backgrounds. The results of this study can be useful for marketing in the company's consistency process in the next period as an effort to increase the purchase of eiger sandals.

Keywords: produk quality; consumer motivation; buying decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal eiger Indonesia. Metodologi penelitian: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang diolah menggunakan software Smart PLS. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan teknik yang digunakan adalah sampling incidental dengan jumlah sampel sebanyak 85 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu sandal eiger. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya menggunakan satu sebagai objek penelitian dan belum menggunakan beberapa perusahaan dengan latar belakang yang berbeda. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi marketing dalam proses konsistensi perusahaan pada periode selanjutnya sebagai upaya meningkatkan pembelian produk sepatu sandal eiger.

Kata kunci: Kualitas Produk, Motivasi Konsumen, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perubahan Mindset manusia pendahulu dengan era sekarang ini sudah jauh berbeda ilmuwan pendahulu telah menciptakan sistem pemerintahan, sistem pasar, teknologi media informasi, dari beberapa ciptaan tersebut sudah direalisasikan. Dengan telah direalisasikan membuahkan perubahan-perubahan peradaban mikro dan makro yang jauh berbeda dengan masa lampau. Menurut history yang tertulis bahwa terjadinya perubahan era lampau menjadi era modern berawal dari abad ke-18 yang sudah familiar didengar Revolusi Industri yang pertama (Revolusi Industri

1.0) ditempat negara Inggris, pengaruh besar disebabkan oleh manusia penemuan mesin uap yang mempengaruhi tatanan kehidupan manusia. Mesin uap yang telah dibuat merupakan mekanis pertama kali, kebermanfaatannya sangat mempengaruhi tingkat efektifitas menjadikan produktivitas industri tekstil meningkat. Umat manusia aware bahwa mesin memberikan dampak sangat besar bagi tatanan kehidupan (Rahayu, 2019). Setelah memasuki Era modern manusia selalu dituntut untuk berinovasi.

Negara Indonesia menganut sistem ekonomi campuran yang bagaimana, pemerintah yang membuat regulasi sistem ekonomi pasar, serta memiliki wewenang pengawasan kepada pihak swasta, yang paling terpenting pemerintah tidak membolehkan perusahaan memonopoli dalam sektor usaha telah ada di UU No. 5/1999 tentang larangan praktek monopoli, dalam artian tidak diperbolehkannya dalam sektor usaha yang isinya hanya satu perusahaan saja tetapi harus ada beberapa perusahaan yang menggeluti sektor usaha tersebut, hal itu agar ekonomi pasar persaingan sempurna. Perumusan sistem ekonomi campuran dengan pasar sempurna nya sudah diatur di UUD 1945, Dahulu Indonesia pernah dilanda musibah krisis moneter di tahun 1998 bagaimana cara melewati dari bencana krisis moneter, Indonesia memulihkan dengan resistensi usaha UMKM dan kebijakan koperasi. Pasar yang sempurna inilah yang selalu di idam-idamkan negara republik Indonesia, karena kebutuhan kesejahteraan manusia terpenuhi dalam artian manusia bisa melakukan atas kehendak hati nya sendiri dalam pengambilan tindakan, kreatif, dan inovatif. Mengapa Indonesia menjadikan ekonomi pasar yang sempurna yang terutama seluruh instansi mempunyai kenikmatan pemerintah dan swasta mempunyai hak atas asset nya sendiri contoh mesin, lahan, kendaraan dan pabrik atau lainnya. Selain itu demi mewujudkan perekonomian Indonesia untuk disebut sebagai negara yang maju pemerintah dengan swasta wajib aktif bekerjasama demi kelancaran segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan ekonomi campuran.

Kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan hampir tiap waktunya dalam pasar yang sempurna yakni transaksi, transaksi adalah kesepakatan kedua pihak antara *buyer* dengan *seller* upaya melaksanakan pertukaran barang dan jasa yang ditukar oleh nilai tukar yaitu uang, emas atau lainnya. Pemerintah dan swasta upaya memperoleh keuntungan dalam praktik jual beli masing-masing instansi harus memiliki standar produk atau jasa yang telah diatur dengan sempurna, serta marketing produk atau jasa nya yang ditawarkan kepada masyarakat luas dapat menarik pelanggan yang secara tidak langsung menimbulkan stimulus hati dan pikiran di benak. Berdasarkan teori ekonomi yang dilakukan pelaku penawar dan pembeli berlandaskan hukum permintaan dan penawaran pertukaran uang dengan barang dan jasa ini menggunakan prinsip-prinsip hukum permintaan dan penawaran. (Damayanti, 2017).

Melihat history terdapat ditemukannya mesin uap yang dipergunakan oleh Industri tekstil yang telah produksi sebuah pakaian, hal itu dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan sandang manusia. Yang perlu kita ketahui kebutuhan primer

manusia terdapat sandang dan pangan, tidak elok dan tidak sehat untuk saat ini manusia tidak menggunakan attribute sandang. Tidak hanya mesin untuk produksi pakian saja yang sudah terwujudkan, tetapi penemuan mesin untuk menciptakan alas kaki juga telah ada, manusia membutuhkan alas kaki dalam setiap hari nya. Penemuan ini pengaruh adanya selaku pebisnis yang turut aktif dalam melihat fenomena yang ada, urgensi bisa diatasi apabila manusia memikirkannya.

Sebagian besar masyarakat Indonesia dalam penggunaan alas kaki lebih memilih menggunakan sepatu sandal, hal itu jelas disebabkan beberapa alasan, yang pertama kondisi psikologis, dan pengaruh lingkungan menurut Mahasiswa Pencinta Alam Unit Pandu Lingkungan Universitas dengan membeberkan jawabannya banyak masyarakat besar Indonesia lebih memilih menggunakan sandal, hal tersebut dikarenakan harga lebih murah dan praktis (Sumber: Travel.tribunnews.com, 2017). Sedangkan menurut Ardisa Valensiadengan menjawab pertanyaan terkait mengapa orang Indonesia suka memakai sandal, karena pengaruh Indonesia negara tropis identik yang hawa panas, selain itu juga ringkas, dan murah dalam (id.quora.com). perusahaan yang memproduksi sepatu sandal sangat banyak di Indoenesia tetapi perusahaan sepatu sandal yang dikenal banyak masyarakat Indonesia tidaklah banyak, agar diminati kepada pelanggan ataupun konsumen pendapat Kotler & Armstrong (2016:177), Keputusan pembelian bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Serta berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2020). Menjelaskan mengenai variabel kualitas produk signifikan kepada keputusan pembelian. Bahwa variabel independent Kualitas produk memberikan stimulus terhadap daya keputusan pembelian pada konsumen.

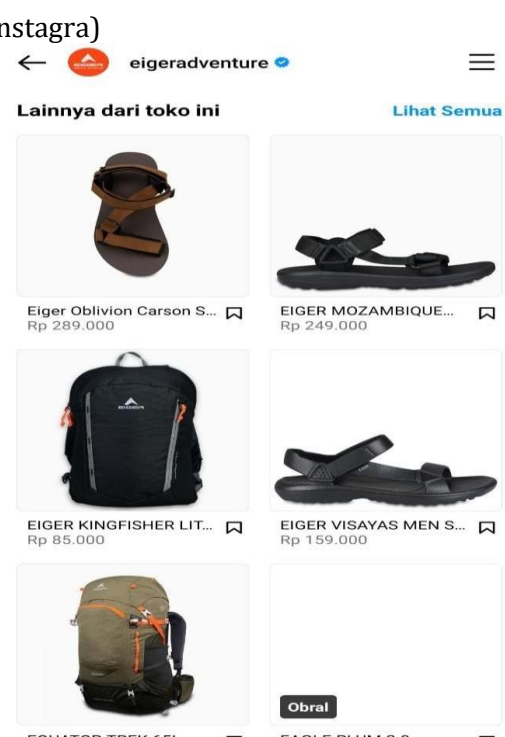
Perusahaan PT. eigerindo yang melakukan aksi usaha sector rill dengan memproduksi produk sepatu sandal eiger sangatlah proffesional, Porduk sepatu sandal eiger sudah banyak diminati di Indonesia, populer dikalangan anak muda hingga dewasa, penggunaan sepatu sandal eiger bisa digunakan oleh semua gender yang dimaksud laki-laki dan perempuan bisa digunakan. Seperti yang dilakukan oleh Astari Ratnadya S seseorang yang memiliki hobi mengembara mengomentari terhadap suatu produk sepatu sandal merek Indoensia yaitu pendapat mengenai sepatu sandal eiger, menurut Astari Ratnadya S sepatu sandal eiger merupakan salah sepatu sandal outdoor yang digemari oleh banyak orang, nyaman untuk digunakan dan memiliki model yang trendi (my-best.id). Perusahaan PT. Egerindo agar mendapatkan keputusan pembelian kepada pelanggan ataupun konsumen oleh masyarakat besar Indonesia, dalam menawarkan sebuah produk sepatu sandal nya di sebuah gerai offline, informasi kepada CEO Eiger kalau eiger memiliki gerai 232 di tempat beserta sejumlah sekitar 100 oleh otoritas reseller, jadi total 332(merdeka.com). Sekarang ini Era modern sudah berkembang jauh dari era (Revolusi Industri 1.0) sudah memasuki tahap (Revolusi Industri 4.0), Penyebab perubahan yang telah terjadi dengan adanya kemunculan teknologi yang semakin

canggih. Teknologi pada (Revolusi Industri 4.0) telah memasuki penggunaan cyber physical system. Sarana teknologi media informasi sekarang populer digunakan sebagai market untuk mendapatkan penjualan seperti penjualan di website pribadi, eiger memiliki hal tersebut yang bernama eigeradventure.com, selain itu eiger juga memberikan sarana informasi beserta penjualan produknya dengan menggunakan media sosial Instagram, Instagram eiger bernama eigeradventure penggunaan teknologi sudah dianggap sebagai investasi mahal dalam bisnis, Dengan memanfaatkan teknologi pelaku usaha dapat bisa juga mendapatn realisasi penjualan, Sebagai berikut gambar Instagram eiger.

Gambar 1.1



Gambar 1.2



Dalam gambar yang mengartikan eiger dalam memberikan sebuah informasi produknya dengan menggunakan alat modern, dalam gambar 1.1 eiger menjelaskan di caption bahwa produk sandal nya item andalannya, sepatu sandal eiger memiliki pengaruh terhadap penampilan, selain itu juga menjelaskan bahan materil sepatu sandalnya. Postingan ini memberikan stimulus kepada pelanggan ataupun konsumen seperti dalam gambar komentar dari ariyanidhesi menyebutkan keren, sedangkan risan2406 menyebutkan kalau sudah melakukan pembelian sepatu sandal itu melalui online marke, Dengan melihat fenomena dalam gambar bahwa manusia untuk tertarik tentunya dipengaruhi oleh objek yang bisa memberikan stimulus sehingga manusia terdorong karena keinginannya, dalam hal ini bagaimana manusia bisa mendapatkan merasakan keinginan yang pertama karena manusia memiliki panca indera, hal ini berkaitan dengan pengertian motivasi merupakan kata yang berasal dari movere, yang artinya menggerakkan, Menurut ahli Weiner motivasi kondisi

internal yang akan membuat bertindak, mendorong untuk mencapai tujuan tertentu, dan membuat tertarik dalam kegiatan tertentu. Motivasi konsumen menurut ahli Sumarwan bahwa keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan- kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Perusahaan Eiger serta para pelaku usaha lainnya tentunya tidak akan berjalan mulus seperti yang kita prediksikan, Karena kondisi faktor alam ataupun politik tidak bisa di prediksi, melihat saat ini Indonesia tertimpa musibah pandemi Covid-19, sektor riil sangat terdampak seperti yang dialami oleh perusahaan eiger mengalami penurunan sebelum pandemi dibandingkan disaat pandemi. Berdasarkan data dari BPS sektor riil sudah mengalami krisis diakibatkan pandemi Covid-19. Hal ini diakibatkan oleh kebijakan pemerintah yang telah membuat pasar tutup, dikarenakan rencana pemerintahan terhadap menekan penyebaran virus Covid-19 dan mementingkan kesehatan masyarakat Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah seperti adanya peraturan PSBB atau PPKM yang membuat pelaku bisnis tidak leluasa.

Melihat kondisi pandemi yang seperti ini pengembangan pemanfaatan teknologi merupakan jalan keluar, sebab memberikan dua manfaat dalam penyelesaian bisnis selama krisis. Pertama teknologi membuat mudah berkomunikasi dikarenakan adanya peraturan dari pemerintah yaitu tidak bolehberkerumun, membuat pernah karyawan atau pekerja diminta menyelesaikan pekerjaannya di rumah atau work from home teknologi informasi membantu pelaku bisnis komunikasi dan informasi tetap berjalan dengan baik seperti yang dilakukan penggunaan software zoom, google meet atau software lain. Kedua kondisi pandemi yang sudah berlangsung lama ini banyak sektor bisnis gulung tikar namun memiliki banyak peluang bisnis di kondisi seperti ini yaitu dengan online banyak usaha offline yang beralih pada sektor usaha online dan memanfaatkan secara online di pengembangan bisnis. Situasi pandemi seperti ini eiger atau perusahaan lainnya bisa terinspirasi dari yang sudah dilakukan oleh perusahaan nike di masa pandemi nya, strategi untuk yang dilakukan pertama akibat dampak pandemi penurunan realisasi penjualan yang drastis nike melakukan penutupan gerai offline di china, lalu melakuka keberalihan intensitas offline ke aktivitas online yang sangat utuh penunjang keberhasilannya dikarenakan adanya pengembangan digital platform, tidak luput juga menjalin hubungan online dengan pelanggan dan konsumen selalu aktif melakukan komunikasi terkait produk nya, Dengan strategi nya untuk melawan situasi pandemi nike di masa pandemi akhirnya memperoleh laporan penjualan meningkat 7%. (Wire, 2021) (www.daya.id). Selain itu eiger di masa pandemi juga di masa pandemi eiger mempunyai strategi penawaran-penawaran menarik pada konsumen seperti discount harga berikut contoh gambarnya.

Gambar 1.3



(Sumber: Instagram)

Dalam gambar ini memiliki kaitan dengan teori motivasi konsumen, yang dimana motivasi terdapat ada dua macam yaitu rasional dan emosional. Kebutuhan rasional yang dimana manusia berpikir secara rasional terhadap kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang beserta lainnya sedangkan untuk emosional konsumen dapat stimulus kebahagiaan terhadap suatu produk hal itu dipengaruhi dengan peranan produk sepatu sandal eiger Berdasarkan dalam gambar menjelaskan pada seluruh produk eiger mendapatkan potongan 17% dari harga aslinya, untuk produk tertentu ada yang terdapat potongan harga 76%, bagi yang membeli produk eiger di atas 500 ribu rupiah mendapatkan potongan harga 8% dan ditambah lagi gratis biaya pengiriman, di sosial media juga membuktikan kalau media informasi memberikan stimulus kebahagiaan serta dengan adanya penawaran yang menarik memberikan tambahan stimulus kepada pelanggan, konsumen. Bisnis perusahaan semakin mudah di masa pandemi apabila ruang dalam komunikasi lebih efisien, seperti yang dilakukan oleh eiger informasi oleh Ika Yuniar salah satu pegawai dari eiger Tunjungan Plaza II menjelaskan bahwa dalam kondisi pandemi seperti ini seluruh gerai eiger di jawa timur di tiap bulan nya melakukan zoom meeting, dalam informasi, promosi produk sering dilakukan di Instagram dan website. Eiger dalam pencapaiannya selama ini terhadap perusahaannya mengupayakan selalu membuat terus berkembang, dan tetap bertahan di urutan top brand index, tentunya eiger memiliki planning dan strategy dalam hal mempromosikan produknya, Agar berjalan dengan lancar harus dibekali juga dengan promosi yang baik, keunggulan produk agar dapat bisa kompetitif oleh perusahaan lain. Kegiatan-kegiatan perusahaan eiger dalam promosi sepatu sandal sudah banyak yang dilakukan, sehingga produk sepatu sandal eiger telah meninggalkan persepsi yang positif bagi

masyarakat besar Indonesia, hal tersebut dibuktikan oleh data dari Top Brand Indel berikut tabelnya.

Tabel 1.1
TBI Sepatu Sandal

| 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|----------------|-------|-----|-----------|-------|-----|-----------|-------|-----|
| Merek | TBI | TOP | Market | TBI | TOP | Merek | TBI | TOP |
| Carvil | 20.4% | TOP | Carvil | 19.2% | TOP | Carvil | 25.1% | TOP |
| Bata | 16.4% | TOP | Bata | 11.1% | TOP | Bata | 12.2% | TOP |
| Eiger | 11.8% | TOP | Neckerman | 10.3% | TOP | Neckerman | 10.5% | TOP |
| Yongky Komaldi | 6.6% | | Kickers | 10.0% | | Kickers | 8.8% | |
| Fladeo | 5.2% | | Eiger | 8.8% | | Eiger | 8.1% | |

(Sumber: topbrand-award.com)

Berdasarkan tabel TBI merek Eiger pada tahun 2018 Eiger memiliki perolehan 11.8% persen dan mendapatkan kedudukan TOP brand dengan urutan yang ke-tiga. Pada tahun 2019 menggapai perolehan 8.8% persen yang kedudukannya berada ditempat ke-lima. Pada tahun 2020 perolehan nya yaitu 8.1% persen menurun dibanding tahun sebelumnya dan kedudukannya berada di tempat ke-lima. Dalam periode tiga tahun dua tahun belakangan ini yakni 2020, dan 2019 mengalami perolehan presentase yang menurun sekitar 3% persen di 2018-2019, dan 0,7% di persen 2019-2020.

Pada tahun 2019 dan 2020 sepatu sandal eiger mendapatkan perlawanan brand baru di TBI yaitu dari brand Kickers dan Neckerman. Sepatu sandal Kickers di tahun 2019 memiliki perolehan 10.0% persen dan di tahun 2020 perolehannya 8.8% persen. Sepatu sandal Neckerman di tahun 2019 memiliki perolehan 10.3% persen dan di tahun 2020 perolehannya 10.5%. dari brand pesaing baru ini kickers dan neckerman di tahun 2019 dan 2020 kedudukannya berada di atas eiger. Selain itu yang selalu yang menjadi pesaing sepatu sandal eiger serta menjadi market leader yaitu brand Carvil dan Bata, yang selalu eksis dengan peringkat 1 dan 2 nya untuk yang ke-1 Carvil, dan ke-2 Bata sebagai kategori TOP brand dalam tahun 2018, 2019, dan 2020.

Sementara ini sepatu sandal eiger dalam pencapaiannya meninggalkan perspektif positif di benak masyarakat, namun kedudukan eiger sekarang dibawah merek neckerman, dan kickers, tapi eiger bisa bersaing. Pendapat masyarakat tertentu sepatu sandal eiger juga mampu memenuhi kebutuhan, kualitas yang bagus, hingga penawaran-penawaran dari tim management yang menarik. Hal itu menyebabkan berpengaruh dengan keputusan pembelian, Menurut Kotler Kevin Lane Keller Keputusan pembelian yaitu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya, beberapa variabel tentunya juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Eiger sering sekali dinobatkan oleh masyarakat besar sebagai merek lokal yang terbaik. Menurut Estrin Vanadianti Lestari memberitahukan merek-merek lokal outdoor yang terbaik,

dan nominasi yang pertama dimiliki merek Eiger (www.cekaja.com, 2020). Berdasarkan menurut Nadhillah Kusindraini telah merekomendasikan 10 merk sepatu sandal outdoor yang terbaik, awet, dan nyaman saat dipergunakan, dari ke 10 merk itu terdapat salah satunya sepatu sandal eiger dan juga ada produk lokal lain yaitu consina, dengan penilaian sepatu sandal yang awet membuktikan bahwa kategori kualitas produk yang positif. Berikut dalam tabel merek yang direkomendasikan.

Sepatu sandal eiger memiliki kualitas, pengertiannya kualitas adalah tingkat kemampuan rendah tinggi nya yang telah dimiliki suatu barang tertentu, sehingga menimbulkan persepsi pada manusia lainnya berupa tolak ukur bagus atau tidak nya barang itu seperti dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong, bahwa semakin baik kualitas suatu produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Contoh lainnya pengertian kualitas produk adalah persepsi orang-orang yang timbulnya kriteria-kriterianya sehingga menghasilkan penilaian baik atau buruk pada produk dan menurut Kotler bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya hal itu termasuk keseluruhan durabilitas.

Berdasarkan informasi yang ada terhadap produk sepatu sandal pesaing baru yaitu neckerman dan kickers, Menurut Muthmania dalam persepsi nya ialah produk merek neckerman produk biasa dikenal kualitas produk yang baik serta memiliki model klasik yang pantas bisa digunakan di acara resmi, selain itu dibanderol harga yang ekonomis (Bacteriality.com, 2021.), dan Menurut Rayi Dwitiya Larasati dalam persepsi nya merekomendasikan sepatu sandal Neckerman di produk ini memiliki model yang klasik berbahan karet yang alami dan Neckerman memiliki harga yang ekonomis dengan harga yang berkisar Rp. 139 ribuan (Review.bukalapak.com, 2021). Sedangkan sepatu sandal Kickers menurut Bayu dalam persepsi nya tentang sepatu sandal yang worth it yaitu fleksibilitas dan kemudahan pada sandal menggunakannya sebagai alasan pertama, cocok dengan pola masyarakat di Indonesia yang tidak mau menjadi kerepotan, dan merekomendasikan sepatu sandal kickers, Alasannya memiliki desain sangat sederhana memiliki dasar bahan semi brush off, outsole thermoplastick dengan bahan yang baik maka bisa dipastikan kalau produk itu kuat mampu digunakan sehari-hari. Merek kickers persepsi kickers terhadap masyarakat juga memiliki desain dan kualitas, dari ketiga merek memiliki persepsi kualitas yang bagus. (Www.priceza.co.id, 2021.). Sepatu sandal eiger, neckermann, kickers memiliki karakter, desain yang diminati sehingga masing-masing memiliki strategi dan taktik dalam kualitas produk, selain itu ketiga merek tersebut memberikan dorongan hasrat keinginan manusia. Ketiga merek itu meninggalkan perspektif cukup baik kepada masyarakat lantas kenapa kepada merek eiger sementara ini menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian variabel kualitas produk, motivasi konsumen, keputusan pembelian pada produk sepatu sandal eiger. Mengapa sepatu sandal eiger dalam tahun belakangan ini

selalu menurun, dalam kompetisi dengan pesaing baru neckerman dan kickers memiliki kesamaan yaitu kemampuan kualitas produk dan desain menarik. Apakah kualitas dan desain pada produk sepatu sandal eiger lebih dibawah oleh neckerman dan kickers, Apakah promosi penawaran sepatu sandal eiger telah menurun sebab motivasi konsumen terhadap sepatu sandal eiger telah menurun dari tahun ke tahunnya dan keberadaan sepatu sandal neckerman, dan kickers yang semakin meningkat. oleh karena itu penulis membuat penelitian sepat sandals eiger dengan variabel yang dikaji yaitu seberapa pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan sepatu sandal eiger, perkembangan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu sandal eiger. Melihatseberapa besar signifikan pengaruhnya mengenai variabel-variabel keputusan pembelian dalam sepatu sandal eiger. Seluruh informasi dan sumber yang tersedia yang telah didapatkan di masyarakat untuk sebagai data peneliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Teknik pengukuran skala likert, skala yang berasal dari penyertaan kualitatif kemudian di kuantitatifkan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui kuisioner. Konsumen sepatu sandal eiger sebagai populasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dan ditentukan dengan sampling Incendetal. Sampel yang digunakan adalah 85 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melakukan pengujian untuk mengetahui hipotesis yang didukung dan ditolak yang disajikan dalam penelitian ini. Tolak ukur penerimaan dan penolakan hipotesis dari penelitian adalah penerimaan dan nilai koefisien jalur hipotesis. Pada umumnya, Instrumen untuk menguji yaitu menggunakan alat uji t atau nilai p. Menurut hasil analisis dari SEM yang dioalah menggunakan software smartPLS, tingkat penerimaan dari nilai koefisien jalur dapat dilihat dari nilai t-statistic.

Nilai t-statistics > 1,96, (derajat kesalahan 5%) adalah toak ukur untuk menerima atau menolak hipotesis. Hasil dari nilai t-statistic dapat dilihat pada tabel berikut:

Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) |
|----------------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|
| KUALITAS PRODUK -> KEPUTUSAN PEMBELIAN | 0.573714 | 0.568834 | 0.125424 | 0.125424 | 4.574199 |

| | | | | | |
|------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| MOTIVASI KONSUMEN -> KEPUTUSAN PEMBELIAN | 0.335052 | 0.342184 | 0.150666 | 0.150666 | 2.223813 |
|------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima, dengan *path coefficients* sebesar 0,573714, dan nilai *T-statistic* sebesar 4,574199 lebih besar dari nilai $Z \alpha = 0,05 (5\%) = 1,96$, maka **Signifikan (positif)**. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian sepatu sandal eiger sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya Sepatu Sandal Eiger memiliki kualitas baik, kualitas sesuai sama harga, kemudahan dalam perawatan produk, memiliki kesan positif bagi pecinta sepatu sandal, desain yang diminati, kenyamanan dalam memakai sepatu sandal, dan terakhir promosi yang sudah ditawarkan sesuai. Menurut hasil dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk sepatu sandal eiger, dengan konsistensi kualitas yang sudah dimiliki sepatu sandal eiger berpengaruh kepada konsumen dalam mempengaruhi keputusan untuk membeli sepatu sandal eiger. Hasil analisis deskriptif variabel kualitas produk menunjukkan indikator dari kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sandal eiger adalah lebih efektif digunakan. Hal ini sesuai dengan sepatu sandal eiger dapat memberikan informasi bawa kualitas sepatu sandal eiger memiliki kualitas yang bagus sehingga memberikan stigma kepada konsumen yang positif. Artinya jika suatu produk dapat menjamin produk dengan kualitas produk, maka konsumen akan memutuskan untuk mengkonsuminya lagi dikemudian hari. Seperti telah dilakukannya oleh Widodo (2020), Telah menjelaskan jika variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian meningkatnya besar anggapan kualitas produk terhadap produk sepatu sandal eiger, maka mempengaruhi keputusan.
2. Motivasi Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima, dengan *path coefficients* sebesar 0,335052, dan nilai *T-statistic* sebesar 2,223813 lebih besar dari nilai $Z \alpha = 0,05 (5\%) = 1,96$, maka **Signifikan (positif)**. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel Motivasi Konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian sepatu sandal eiger sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya jika sebuah motivasi konsumen terhadap produk dapat memberikan stimulus kepada konsumen maka konsumen tersebut akan senantiasa melakukan keputusan agar dapat membeli dan mendapatkan produknya. Hasil analisis deskriptif variabel motivasi konsumen menunjukkan indikator dari motivasi konsumen yang paling berpengaruh terhadap motivasi konsumen adalah dapat dengan memberikan motivasi konsumen produk yang selalu diingat yang menjadi pilihan utama saat membeli sepatu sandal, dengan menggunakan sepatu sandal eiger meningkatkan penampilan membuat menjadi lebih percaya diri,

dengan menggunakan sepatu sandal eiger melengkapi aktivitas diluar rumah, separtu sandal eiger mampu medan outdoor. dengan hadirnya social media memudahkan produk untuk mengenal lebih dekat dengan konsumen. Dengan demikian sepatu sandal eiger menjadi produk diminati. Menurut Schiffman dan Kanuk (2019) motivasi dapat dibagi menjadi dua yaitu motivasi negatif dan motivasi positif motivasi negative, motivasi positif Indikator motivasi Menurut Schiffman dan Kanuk (2019) terdapat empat indikator yang menyebabkan munculnya motivasi seseorang, meliputi pemicu psikologis, pemicu emosional, pemicu kesadaran, dan pemicu lingkungan. Hasil penelitian sesuai dengan yang dilakukan Agni (2020), Telah menjelaskan kalua variabel motivasi konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu sandal eiger. Hal ini menunjukkan apabila seseorang percaya kalau suatu motivasi konsumen dapat membantu keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil pemeriksaan dengan penggunaan analisis PLS atas memeriksa pengaruh beberapa yaitu Kualitas Produk, Motivasi Konsumen, dan Keputusan Pembelian kepada sepatu sandal Eiger riset, penelitian, dan, pembahasan hasil yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan jika:

Kualitas Produk memiliki dampak positif ke variabel keputusan pembelian sandal Eiger, semakin besar tingkat kualitas produk akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dari konsumen, maka masyarakat akan keputusan untuk membeli atau melakukan keputusan terhadap produk tertentu dengan pertimbangan terdapat adanya kualitas produk. Motivasi Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Sandal Eiger. karena menunjukkan tingginya yang diberikan motivasi konsumen kepada produk dengan penilaian secara positif maka konsumen akan mendapatkan stimulus-stimulus terhadap produk sepatu sandal eiger sehingga konsumen melakukan pembelian atau keputusan terhadap sepatu sandal eiger, setelah itu meningkatkan stimulus produk kepada konsumen untuk lebih banyak pembelian.

Maksud pengartian melalui hasil penelitian ini dapat diketahui suatu saran yang bisa untuk disimpulkan, dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan dalam penelitian produk sepatu sandal eiger menjelaskan kalau produknya sebagai kategori produk yang masih diminati oleh masyarakat di Indonesia, salah satunya yang mempengaruhi produk karena faktor kualitas produk, selama ini produk yang masih memiliki nilai-nilai positif. Supaya produk sepatu sandal eiger selalu konsisten perusahaan harus menjaga kualitas produknya, dan produk yang ditawarkan sesuai. yang produk bisa mampu digunakan secara fungsinya sehingga produk tidak berpindah ke produk lainnya, selain itu Eiger juga harus terus mengikuti modernisasi, dan melakukan market penetration supaya masyarakat bisa mudah mendapatkan produk yang diminatinya. Terkait motivasi konsumen, produk sepatu sandal harus bisa menyesuaikan lingkungan, rasionalitas,

emosional, dan kesadaran terhadap konsumen sehingga bisa memberikan pengaruh masyarakat agar masyarakat merasakan kehadiran sepatu sandal eiger dan melakukan keputusan terhadap produk tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agni, L. M. (2020). Pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Magelang. *Economic theory Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Ardyanto, F. (2021). Pengertian Internet, Sejarah, Fungsi, Manfaat, dan Kelemahannya. *Liputan 6*.
- Binus University. (2020). Dampak Positif dan Negatif Revolusi Indutri 4.0 Dalam Perekonomian dan Bisnis. *Dampak Positif dan Negatif Revolusi Indutri 4.0 Dalam Perekonomian dan Bisnis*.
- Buhori, I. (2019). Eiger: Produk Kami Lebih Mahal Tapi Punya Nilai Lebih. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/khas/eiger-produk-kami-lebih-mahal-tapi-punya-nilai-lebih.html>
- Fahruroji, f. (2015). Makalah Kewirausahaan : Profil & Analisis PT. Eiger.
- Fakhriyan Ardyanto. (2021). Pengertian Internet, Sejarah, Fungsi, Manfaat, dan Kelemahannya. [https://hot.liputan6.com/read/4481419/pengertian-internet-sejarah-fungsi-manfaat-dan-kelemahannya#:~:text=Pengertian Internet Menurut Ahli&text=Pengertian internet menurut O'Brien,antara yang satu dengan lainnya](https://hot.liputan6.com/read/4481419/pengertian-internet-sejarah-fungsi-manfaat-dan-kelemahannya#:~:text=Pengertian%20internet%20menurut%20O%27Brien,antara%20yang%20satu%20dengan%20lainnya.).