

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INTERNATIONAL HARDWARE INDO KOTA BATAM DAN PT. MULIATAMA BATAM

Hendri Kremer¹, M. Arpah², Mohamad Aras³, Hazriyanto⁴, Daris Purba⁵

Institut Teknologi Batam¹

Universitas Ibnu Sina^{2,3}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo^{4,5}

hendri@iteba.ac.id, arfaharfah26@gmail.com, mohamad.aras@uis.ac.id, hazriyanto@gmail.com,
darispurba26@gmail.com

Abstract

In this study, it was examined about sales decisions in two companies engaged in the same field, namely as distributors of goods. The two companies are PT International Hardware Indo and PT Muliatama Batam. These two companies both operate in Batam but the level of purchasing decisions of each company needs to be calculated quantitatively. This study used a different test approach using an independent sample t-test. Purchasing decision data was obtained from the entire population sampled using the saturated sample technique. Data retrieved in June-July 2021. Before hypothesis testing, the data is tested for quality by tests of normality and homogeneity. The results of data quality testing show that distributed data is normal and homogeneous. The results of the hypothesis test showed that there was a significant difference between the purchasing decision at PT International Hardware Indo and PT Muliatama Batam. This study concluded that PT Muliatama Batam is better quantitatively in terms of purchasing decisions than PT Muliatama Batam.

Keywords: *marketing management, purchase decision, independent sample t-test*

PENDAHULUAN

Dalam manajemen pemasaran, keputusan pembelian merupakan hal penting. Keputusan pembelian dapat menjadi ukuran bagi perusahaan dalam menjalankan strategi pemasaran. Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing. Perbandingan keputusan pembelian antara satu perusahaan dengan perusahaan lain bermanfaat untuk melihat strategi mana yang paling efektif. Ada dua perusahaan yang menarik untuk diteliti. Dua perusahaan ini bergerak pada bidang yang sama yaitu sebagai distributor barang. Kedua perusahaan itu adalah PT International Hardware Indo dan PT Muliatama Batam. Kedua perusahaan ini sama-sama beroperasi di Batam namun produk yang didistribusikan berbeda.

PT International Hardware Indo menyuplai produk ke perusahaan maupun took-toko kecil maupun besar. Pada tahun 2020 terjadi penurunan pelanggan 18,57%. Penurunan ini disebabkan oleh persaingan dan turunnya permintaan. PT Muliatama bergerak di bidang distributor lampu Philips yang didistribusikan ke berbagai retail, *market*, industri, dan lainnya. Penjualan relatif stabil tetapi terus berupaya untuk melakukan peningkatan. Hal tersebut mendorong peneliti untuk meneliti tentang analisis Keputusan Pembelian pada PT International Hardware Indo Kota Batam dan PT Muliatama Batam.

Keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen di mana konsumen benar-benar membeli sebuah produk/jasa (Kotler, Wong, Saunders, & Armstrong, 2005). Terdapat empat faktor yang memengaruhi keputusan pembelian yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler P. , 2009). Empat faktor ini tercermin dari indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian tetapi indikator lebih kepada hal praktis.

Khusus tentang harga Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga yang diinginkan pembeli adalah harga masih dalam batas harga aktual dalam pertimbangan masing-masing pembeli bukan pada harga yang ditetapkan pemasar (Kotler & Keller, Manajemen Pemasaran, 2009). Indikator yang dipakai untuk mengukur keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo adalah sebagai berikut (Devaraj, Fan, & Kohli, 2003): 1). Efisiensi untuk pencarian (waktu cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian mudah. 2). *Value* (harga bersaing dan kualitas baik). 3). Interaksi (informasi, keamanan, dan *load time*). Indikator keputusan pembelian pada PT Muliatama Batam adalah

menggunakan teori Hsu, Chang dan Sweeny dalam jurnal Adiwidjaja & Tarigan. (Adiwidjaja & Tarigan, 2017): 1). Keputusan dalam produk yang tersedia; 2). Keputusan dalam harga yang tersedia di menu; 3). Keputusan dalam harga yang diberikan; 4). Keputusan dalam pelayanan dalam pembelian.

Kerangka pemikiran dapat digambarkan pada diagram di bawah ini. Yang diteliti adalah keputusan pembelian yang terjadi pada dua perusahaan yaitu PT International Hardware Indo dan PT Muliatama Batam. Keputusan pembelian pada kedua perusahaan itu akan dibandingkan secara kuantitatif dengan menggunakan uji beda *independent sample t-test*.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian maka hipotesis pada penelitian ini adalah: diduga ada perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo dengan PT Muliatama Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membandingkan Keputusan Pembelian pada PT International Hardware Indo dengan PT Muliatama Batam. Data diambil adalah data pada Juni-Juli 2021. Teknik pengumpulan data adalah dengan penyebaran kuesioner kepada seluruh sampel. Kuesioner disebar menggunakan skala Likert yang disesuaikan dengan indikator pengukuran variabel. Hasil jawaban dari kuesioner tersebut diolah secara kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS.

Populasi pada PT International Hardware Indo adalah seluruh karyawan dengan jumlah 111 orang yang dengan teknik sampel jenuh semuanya dijadikan sampel. Populasi dari PT Muliatama adalah seluruh pegawai yang berjumlah 143 orang. Sampelnya adalah sampel jenuh dengan menjadikan seluruh populasi sebagai sampel.

Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS yaitu dengan melihat sebaran *plot*-nya. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Analisis data berikutnya adalah menggunakan uji homogenitas. Uji homogenitas adalah prosedur uji statistik yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa dua atau lebih kelompok sampel data diambil dari populasi yang memiliki varians yang sama (Sianturi, 2022). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variansi dari kedua data sama atau tidak. Uji ini adalah prasyarat untuk pengujian hipotesis menggunakan *independent sample t-test* (Almukarram, Ali S, & Apriana, 2016).

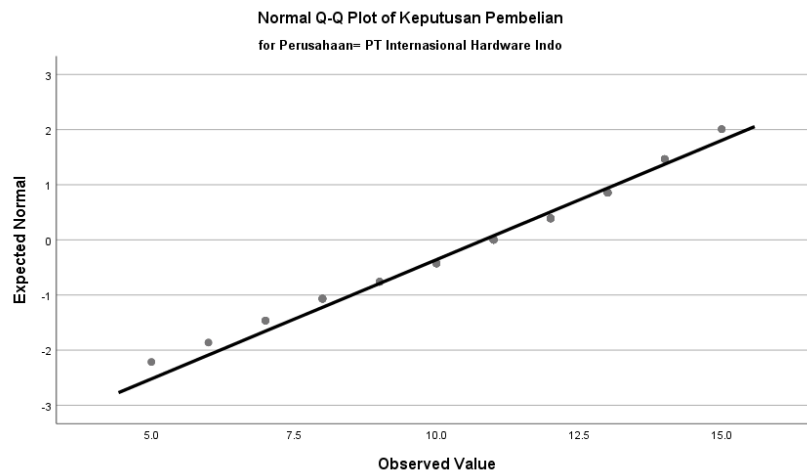
Pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah menggunakan uji-t yaitu uji *independent sample t-test*. Uji-t adalah salah satu metode pengujian dari uji statistik parametrik. Menurut Ghozali, uji t adalah suatu uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2012). Uji t ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan uji hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka terdapat perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian pada kedua perusahaan.
2. Jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian pada kedua perusahaan.

HASIL DAN DISKUSI

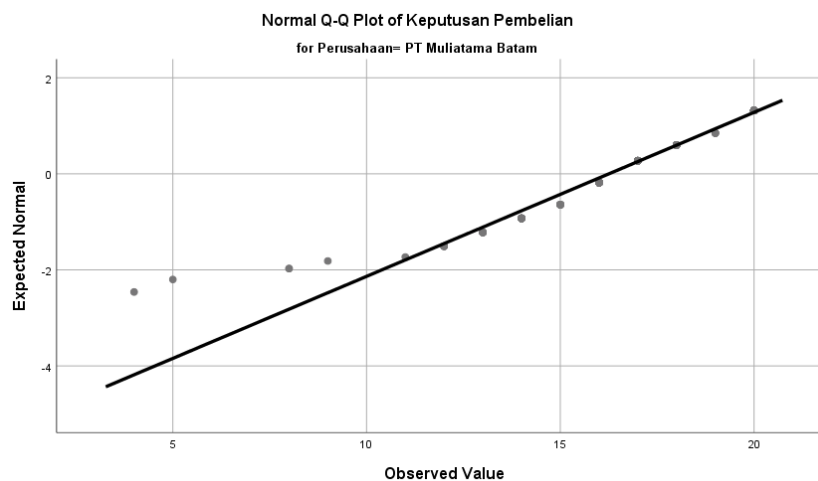
Uji Normalitas

Uji *independent sample t-test* merupakan bagian dari uji statistik parametrik yang mensyaratkan datanya harus normal dan homogen.



Gambar 2. Uji Normalitas PT International Hardware Indo

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa *plot* tersebar mengikuti garis. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada PT International Hardware Indo terdistribusi dengan normal.



Gambar 3. Uji Normalitas PT Muliatama Batam

Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa *plot* tersebar mengikuti garis. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data pada PT Muliatama Batam terdistribusi dengan normal.

Uji Homogenitas

Tabel 1. Hasil Pengujian Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Keputusan Pembelian	Based on Mean	1.407	1	252	.237
	Based on Median	1.397	1	252	.238
	Based on Median and with adjusted df	1.397	1	226.245	.239
	Based on trimmed mean	1.819	1	252	.179

Tabel 1. di atas menunjukkan angka Sig. untuk semua kategori adalah di atas 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan data bersifat homogen.

Uji Hipotesis

Independent t-test

Tabel 2. Hasil Pengujian Independent Sample t-Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Keputusan Pembelian	Equal variances assumed	1.407	.237	-16.019	252	.000	-5.42292	.33852	-6.08961	-4.75623
	Equal variances not assumed			-16.496	251.918	.000	-5.42292	.32873	-6.07034	-4.77550

Pada tabel 2. di atas terlihat nilai Sig. (2-tailed) adalah 0,000 untuk kedua perusahaan. Karena nilainya adalah di bawah 0,05, maka menurut dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo dan PT Muliatama Batam.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo dengan PT Muliatama Batam. Dari data *deskriptif* SPSS terlihat bahwa PT Muliatama Batam lebih baik dari pda PT International Hardware. Hal ini sesuai dengan kondisi saat ini di mana PT International Hardware Indo mengalami penurunan penjualan sedangkan PT Muliatama Batam tetap dalam kondisi yang stabil.

Tabel 3. Deskripsi Keputusan Penjualan Kedua Perusahaan

Descriptives					
		Perusahaan		Statistic	Std. Error
Keputusan Pembelian	PT International Hardware Indo	Mean		10.8288	.21940
		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound		10.3940	
		Upper Bound		11.2636	

	PT Muliatama	Mean		16.2517	.24481
	Batam	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	15.7678	
			Upper Bound	16.7357	

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo dengan PT Muliatama Batam. Perbedaannya terletak pada bahwa PT Muliatama Batam secara kuantitatif memiliki skor Keputusan Pembelian yang lebih baik daripada PT International Hardware Indo. Saran yang dapat penulis berikan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi manajemen keuangan kedua perusahaan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Dalam hal ini faktor harga yang wajar seharusnya menjadi perhatian khusus.
2. Bagi peneliti berikutnya agar diharapkan agar meneliti tentang penyebab PT Muliatama lebih unggul dibandingkan PT International Hardware Indo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(3), 1-8.
- Almukarram, Ali S, M., & Apriana, E. (2016). Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw Terhadap Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis pada Konsep Pencemaran Lingkungan di SMA Negeri 12 Banda Aceh. *BIOTIK: Jurnal Ilmiah Biologi Teknologi dan Kependidikan*, 8-14.
- Arsadi, & Tegor. (2021). PENGARUH HUMAN RESORCE PRACTICE TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA TEHADAP KOMITMEN AGEN ASURANSI. *JURNAL CAFETARIA*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i1.268>.
- Devaraj, S., Fan, M., & Kohli, R. (2003). E-Loyalty: elusive ideal or competitive edge? *Communication of the ACM*, 46(9), 184-191.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Fourth European Edition: Principles of Marketing*. England: Pearson Prentice Hall.
- Sianturi, R. (2022). Uji Homogenitas Sebagai Syarat Pengujian Analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial, dan Agama*, 386-397.
- Siswanto, D. J., Tegor, T., Haqiqi, F., Yusmalina, Y., & Susanto, A. (2022). Human Resources Management in The Country's Border Region Faces Industry 4.0 and The Covid-19 Pandemic. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 228-242.
- Tegor., dan Umar, Husein. (2017). Compensation analysis in relationship moderation between transformational leadership style and work environment on the employee performance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 71(11).
- Tegor., Susanto, Alpino., Togatorop, Veterson., Sulivyo, Lod., Siswanto, Dwi Joko. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Lakeisha.
- Tegor., Siswanto, Dwi Joko., & Siagian, Mauli. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tegor, T., Yusmalina, Y., & Haqiqi, F. (2021). PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI DAN KUALITAS APARATUR TERHADAP LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH (Studi Kasus pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Karimun). *JURNAL CAFETARIA*, 2(1), 13-24.