

Minat Brand dan Kualitas Produk Terhadap Penggunaan Pakaian Renang Atlet Club Tirta Barokah Palembang

Farizal Imansyah*

Dokrotal Pendidikan Jasmani, Sekolah Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Jl. Kelud Utara III, Petompon, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50237, Indonesia
*Corresponding Author: Farizalimansyah21i@students.unnes.ac.id

Abstrak. Tujuan penelitian untuk mengetahui Minat citra Brand, kualitas produk dan harga terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah para atlet dan masyarakat yang ada di Club Tirta Barokah Palembang serta mengenakan baju Renang dari berbagai Brand dalam kegiatan latihan dan pertandingan Renang baik di dalam maupun di luar Club Tirta Barokah Palembang. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan kriteria atlet atau masyarakat yang mengenakan baju Renang Brand Speedo dan brand arena dalam kegiatan latihan dan pertandingan Renang baik di dalam maupun di luar Club Tirta Barokah Palembang. Jumlah sampel sebanyak 60 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra Brand, kualitas produk dan harga Minat signifikan terhadap minat beli, secara parsial baik citra Brand maupun kualitas produk berMinat signifikan terhadap minat beli sedangkan harga secara parsial berMinat tidak signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Persamaan regresi yang diperoleh memberikan kesimpulan bahwa citra *Brand* dan kualitas produk Minat positif terhadap minat beli sedangkan harga berMinat negatif terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel citra Brand, kualitas produk dan harga dapat menjelaskan variabel minat beli baju Renang Speedo sebesar 40 % beli sedangkan sisanya sebesar 60 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam model penelitian.

Kata Kunci: Brand; Kualitas Produk dan Atlet Renang

Abstract. The purpose of the study was to determine the interest in Brand image, product quality and price on the interest in buying Speedo Brand swimsuits. This research is a quantitative research. The study population is athletes and people who are at Club Tirta Barokah Palembang and wear swimsuits from various brands in training activities and swimming competitions both inside and outside Club Tirta Barokah Palembang. The sampling technique is purposive sampling with the criteria of athletes or people wearing Speedo Brand swimsuits and arena brands in training activities and swimming competitions both inside and outside Club Tirta Barokah Palembang. The sample size was 60 respondents. The data used is primary data. Data collection techniques using questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression with classical assumption tests, coefficients of determination and hypothesis testing. The results showed that simultaneously Brand image, product quality and price Significant interest in buying interest, partially both Brand image and product quality Significant interest in buying interest while price partially Interest is not significant in buying interest in Speedo Brand swimsuit. The regression equation obtained concludes that Brand image and product quality Interest is positive towards buying interest while price is negative interest towards Interest in buying Speedo Brand swimsuits. The coefficient of determination shows that the variables of brand image, product quality and price can explain the variable of interest in buying Speedo swimsuits by 40% buy while the remaining 60% is explained by other variables not involved in the research model.

Keywords: Brand; Product Quality and Swimming Athletes

How to Cite: Imansyah, F. (2023). Minat Brand dan Kualitas Produk Terhadap Penggunaan Pakaian Renang Atlet Club Tirta Barokah Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 2023, 305-310.

PENDAHULUAN

Gaya hidup saat ini memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa olahraga berperan dalam kehidupan yang dapat memberikan kesehatan. Seseorang yang sehat dan bugar akan menjadi pribadi yang unggul. Potensi diri dapat digali dengan melakukan olahraga secara tepat sehingga potensi dapat berkembang menjadi prestasi bahkan menjadi atlet. Kesehatan yang prima didukung kemampuan berprestasi

melalui olahraga merupakan perwujudan peran olahraga dalam kehidupan. Salah satu olahraga yang cukup digemari masyarakat adalah Renang. Menurut Pendapat Mulyono dan Sarasta (2020:564) Renang adalah salah satu cabang olahraga yang baik untuk memelihara dan meningkatkan kebugaran jasmani, dalam mewujudkan prestasi renang, perlu pemanduan bakat dan pelaksanaan latihan teratur, terencana serta dengan program

yang baik dan benar. Menurut Pendapat Setio Nugroho(2016:243) Renang Merupakan jenis olahraga yang memiliki banyak nomor perlombaan, sehingga hal ini menjadi peluang bagi setiap atlet renang mewakili daerahnya untuk memperoleh medali lebih dari satu gelajaran kejuaraan renang yang di ikuti.

Prestasi atlet Renang selain Minat kemampuan berdasarkan teknik dan kondisi fisik tetapi juga ditentukan oleh mental dan performansi ketika mengikuti perlombaan. Performansi atlet pada saat pertandingan baik tingkat nasional maupun internasional diwajibkan menggunakan perlengkapan yang sesuai standar FINA. Perlengkapan tersebut diantaranya baju Renang. Atlet maupun pelatih tidak dapat saling meminjamkan baju Renang sehingga setiap atlet wajib memiliki baju dan atlet dan pelatih harus menentukan baju yang tepat untuk mendukung prestasinya dalam olahraga Renang. Terdapat berbagai Brand produk baju Renang yang direkomendasikan FINA diantaranya Brand Speedo dan Brand arena,

Cukup banyak atlet dan pelatih di Club Tirta Barokah Palembang yang mengenakan baju Brand Speedo. Speedo membangun Brand sebagai baju yang berkualitas dengan harga termasuk relatif terjangkau dibandingkan baju Renang yang lain dengan ketentuan kualitas brand tersebut.

Posisi persaingan yang dipilih produk baju Renang Brand Speedo diharapkan menjadi pendorong minat beli konsumen terhadap baju tersebut. Atlet sebagai konsumen baju Renang memerlukan berbagai informasi mengenai baju Renang untuk membentuk minat beli terhadap produk baju Renang. Minat beli didefinisikan sebagai perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2016). Minat beli adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber (Shahnaz dan Wahyono, 2016). Minat beli terhadap suatu produk ditentukan berbagai faktor diantaranya citra Brand, kualitas produk dan harga. Hasil penelitian Nurfitriana dan Iriani (2018) menyatakan citra Brand, kualitas produk dan harga berMinat terhadap minat beli.

Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang

berkualitas (Amilia dan Nst, 2017). Konsumen akan berminat untuk membeli produk yang memiliki kualitas yang baik dan berusaha menggali informasi yang lebih banyak mengenai produk tersebut. Konsumen cenderung berminat pada produk yang menawarkan harga kompetitif karena harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan konsumen mempertimbangkan kembali anggarannya tetapi harga yang terlalu rendah akan menyebabkan konsumen mempertanyakan kualitas produk tersebut. Harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk memMinati persepsi konsumen mengenai produk tersebut (Purnamasari, 2015). Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan (Heizer dan Render, 2016).
Jenis Produk

Berikut ini jenis Perlengkapan Renang Brand Speedo yang sering dipakai atlit maupun pelatih yang ada di Palembang :

1. Baju Renang



2. Celana Renang



METODE

Berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Berdasarkan hubungan variabel maka penelitian ini didisain sebagai penelitian eksplanatori yang digunakan dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel melalui uji hipotesis (Cooper dan Schindler, 2011). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Minat Brand, kualitas produk sedangkan variabel terikat adalah atlet renang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Olahraga Renang diminati masyarakat dari segala usia sehingga data tersebut dapat menjadi informasi produsen baju Renang untuk memproduksi dan

memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. Responden penelitian adalah atlei dan Masyarakat yang mengenakan baju Renang Brand Speedo di Club Tirta Barokah Palembang. Karakteristik responden berdasarkan usia adalah 38% pemakai baju arena berusia 13-17 tahun dan berstatus pelajar, 41% berusia 18-23 tahun dan berstatus mahasiswa dan 21% berusia 24-58 tahun dan berstatus bekerja sebagai karyawan, pegawai atau pengusaha. Jumlah responden berjenis kelamin pria sebanyak 30 orang dan wanita sebanyak 30 orang. Karakteristik responden mendeskripsikan bahwa pemakai baju Renang Speedo terdistribusi pada berbagai usia, status pekerjaan dan jenis kelamin, dengan demikian setiap orang dapat memiliki minat beli, tidak tergantung pada usia, status maupun jenis kelamin, hal ini disebabkan adanya faktor penentu dari minat beli itu sendiri. Penelitian Nurfitriyana dan Iriani (2018) menyatakan citra Brand, kualitas produk dan harga berMinat positif terhadap minat beli. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian Kusioner masing-masing variabel penelitian berjumlah 10 butir yang disusun berdasarkan indikator variabel. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Tabel 1 menyajikan hasil uji validitas variabel citra Brand, kualitas produk, harga dan minat beli.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Butir Variabel Citra Brand Kualitas Produk Harga Minat beli

Butir	Variabel			
	Citra Brand	Kualitas Produk	Harga	Minat beli
1	.430	.435	.303	.386
2	.459	.462	.421	.400
3	.331	.233	.395	.358
4	.390	.346	.443	.635
5	.406	.398	.305	.368
6	.474	.492	.418	.387
7	.344	.325	.314	.398
8	.386	.338	.305	.385
9	.311	.399	.333	.337
10	.325	.323	.442	.356

Sumber: Pengolahan Data tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1 diketahui hasil uji validitas corrected item total correlation terhadap butir-butir pernyataan dalam kuisisioner pada variabel citra Brand, kualitas produk, harga dan minat beli melebihi nilai 0,30. Hal ini menggambarkan butir pernyataan dalam kuisisioner masing-masing variabel penelitian adalah valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian. Butir pernyataan yang valid menunjukkan adanya

ketepatan pernyataan dalam kuisisioner sebagai instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu terhadap data penelitian karena merupakan prasyarat dalam melakukan analisis regresi linear berganda. Tabel 3 berikut ini menyajikan hasil uji normalitas variabel penelitian.

Diketahui nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar

0,244 atau melebihi nilai probabilitas sebesar 0,05. Dengan demikian data berdistribusi normal dan persyaratan dalam uji asumsi klasik terpenuhi sehingga data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner dapat digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 2. berikut ini menyajikan hasil uji multikolinearitas variabel penelitian.

Collinearity Statistics		
Variabel	Tolerance	VIF
Citra Brand	117	1.335
Kualitas Produk	116	1943
Harga	225	1081

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2 diketahui nilai-nilai tolerance variabel citra Brand, kualitas produk dan harga melebihi nilai 0,01 dan nilai VIF lebih kecil dari nilai 10 maka dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas dan persyaratan dalam uji asumsi klasik terpenuhi sehingga data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner dapat digunakan sebagai data penelitian. Tabel 5 berikut ini menyajikan hasil uji heteroskedastisitas variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian

Variabel	Sig.
Citra Brand	.838
Kualitas Produk	.899
Harga	.821

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai Sig. untuk variabel citra Brand, kualitas produk dan harga melebihi nilai probabilitas 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan persyaratan dalam uji asumsi klasik terpenuhi sehingga data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner dapat digunakan sebagai data penelitian. Regresi Linear Berganda Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya Minat variabel bebas terhadap variabel terikat. Tabel 6 berikut ini menyajikan output regresi linear berganda dengan variabel bebas citra Brand (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) serta variabel terikat minat beli (Y).

Berdasarkan diketahui nilai konstanta a sebesar 1,462, koefisien regresi b1 sebesar 0,916, koefisien regresi b2 sebesar 0,194 dan koefisien

regresi b3 sebesar 0,148. Dengan demikian dapat disusun persamaan regresi linear berganda yaitu $Y=1,462+0,916X_1+0,194X_2-0,002X_3$.

Koefisien regresi b1 dengan variabel bebas citra Brand sebesar 0,916 menunjukkan Minat positif variabel citra Brand terhadap minat beli produk baju Renang Brand Speedo. Koefisien regresi sebesar 0,916 memberikan makna apabila terjadi peningkatan citra Brand di mata konsumen sebesar 1 satuan maka minat beli juga akan meningkat sebesar 0,916 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan citra Brand di mata konsumen sebesar 1 satuan maka minat beli juga akan menurun sebesar 0,916 satuan.

Koefisien regresi b2 dengan variabel bebas kualitas produk sebesar 0,194 menjelaskan Minat positif variabel kualitas produk terhadap minat beli produk baju Renang Brand Speedo. Koefisien regresi sebesar 0,194 memberikan makna apabila terjadi peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan maka minat beli juga akan meningkat sebesar 0,194 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan kualitas produk sebesar 1 satuan maka minat beli juga akan menurun sebesar 0,194 satuan.

Koefisien regresi b3 dengan variabel bebas harga sebesar -0,002 menunjukkan Minat negatif variabel harga terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Koefisien regresi sebesar -0,002 memberikan makna apabila terjadi peningkatan harga sebesar 1 satuan maka minat beli akan menurun sebesar 0,002 satuan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan harga produk sebesar 1 satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,002 satuan. Penurunan minat beli terjadi ketika harga produk meningkat dapat dipahami karena sesuai teori permintaan yang menyatakan jika harga jual meningkat maka jumlah permintaan menurun dan sebaliknya jika harga menurun maka jumlah permintaan meningkat.

Konstanta a memberikan makna apabila tidak terdapat citra Brand dalam benak konsumen, kualitas produk yang sangat rendah dan produk menjadi tidak ada harganya maka masih terdapat minat beli pada baju Renang Speedo sebesar 1,462 satuan. Hal ini dapat dijelaskan karena faktor-faktor yang memMinati minat beli tidak hanya faktor citra Brand, kualitas produk dan harga tetapi diMinati juga oleh faktor lain. Hal ini diperkuat dengan analisis koefisien determinasi.

Koefisien determinasi yang dinyatakan dengan adjusted R square pada pengolahan data menghasilkan nilai 0,901. Nilai 0,901 menunjukkan variabel citra Brand, kualitas

produk dan harga dapat menjelaskan variabel minat beli terhadap produk baju Renang Speedo sebesar 90,1% sedangkan sisanya sebesar 9,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terlibat dalam model penelitian. Variabel tersebut diantaranya promosi, lokasi dan desain produk. Penelitian Satria (2017) menjelaskan promosi berMinat signifikan terhadap minat beli, penelitian Pangesti dan Susanto (2019) menyatakan desain produk berMinat signifikan terhadap minat beli dan penelitian Ekawati dan Sutrisna (2019) menyatakan lokasi toko berMinat terhadap minat beli. Uji Hipotesis Uji hipotesis dilakukan dengan uji F secara simultan dan uji t secara parsial. Tabel 7 berikut ini menyajikan hasil uji F dengan hipotesis yang diajukan adalah secara simultan, citra Brand, kualitas produk dan harga berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sig
Regression	.000

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 8 diketahui nilai Sig. sebesar 0,000 atau kurang dari taraf nyata sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan secara simultan, citra Brand kualitas produk dan harga berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Salfina dan Gusri (2018) serta penelitian Wirayanthi dan Santoso (2019) yang menyatakan secara simultan citra Brand, kualitas produk dan harga berMinat terhadap minat beli konsumen dan penelitian Tabel 8 berikut ini menyajikan hasil uji t dengan hipotesis yang diajukan adalah secara parsial, citra Brand berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo.

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel	Sig
Citra Brand	.000

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan nilai Sig. sebesar 0,000 atau kurang dari taraf nyata sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan secara parsial, citra Brand berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Salfina dan Gusri (2018) yang menyatakan secara parsial citra Brand terhadap minat beli konsumen tetapi tidak konsisten dengan penelitian Wirayanthi dan

Santoso (2019) yang menyatakan secara parsial, citra Brand berMinat tidak signifikan terhadap minat beli. Tabel 9 berikut ini menyajikan hasil uji t dengan hipotesis yang diajukan adalah secara parsial, kualitas produk berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	Sig.
Kualitas Produk	.001

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan nilai Sig. sebesar 0,001 atau kurang dari taraf nyata sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan secara parsial, kualitas produk berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Salfina dan Gusri (2018) serta penelitian Wirayanthi dan Santoso (2019) yang menyatakan secara parsial, kualitas produk berMinat signifikan terhadap minat beli. Tabel 10 berikut ini menyajikan hasil uji t dengan hipotesis yang diajukan adalah secara parsial, harga berMinat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	Sig.
Harga	.024

Sumber: Pengolahan Data, Tahun 2023

Berdasarkan diketahui nilai Sig. sebesar 0,024 atau melebihi taraf nyata sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan secara parsial, harga berMinat tidak signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Salfina dan Gusri (2018) yang menyatakan secara parsial, harga berMinat terhadap minat beli tetapi tidak konsisten dengan penelitian Wirayanthi dan Santoso (2019) yang menyatakan secara parsial, harga berMinat signifikan terhadap minat beli.

SIMPULAN

Hasil penelitian memberikan kesimpulan sebagai berikut 1) secara simultan, Brand, kualitas produk dan harga Minat signifikan terhadap minat beli pakaian renang Brand Speedo; 2) secara parsial, citra Brand Minat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo; 3) secara parsial, kualitas produk Minat signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo dan 4) secara parsial, harga Minat tidak signifikan terhadap minat beli baju Renang Brand

Speedo. Persamaan regresi linear berganda yang disusun berdasarkan variabel-variabel penelitian adalah $Y=1,462+0,916X_1+0,194X_2-0,002X_3$. Koefisien regresi b1 dengan variabel bebas citra Brand sebesar 0,916 menunjukkan Minat positif variabel citra Brand terhadap minat beli, koefisien regresi b2 dengan variabel bebas kualitas produk sebesar 0,194 menjelaskan Minat positif variabel kualitas produk terhadap minat beli, koefisien regresi b3 sebesar -0,002 menunjukkan Minat negatif variabel harga terhadap minat beli baju Renang Brand Speedo. Nilai adjusted R square sebesar 0,901 yang menunjukkan variabel citra Brand, kualitas produk dan harga dapat menjelaskan variabel minat beli terhadap pakaian Renang Speedo sebesar 40% sedangkan nilai sisanya sebesar 60% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terlibat dalam model penelitian.

REFERENSI

- Indrawan.(2015).PengantarManagemen Sarana Dan Prasarana Sekolah.yogjakarta:CV.Budi Mulia
- Latif & Latief. (2018). Teori Manajemen Pendidikan.Jakarta: Perdana Media Group.
- Neri,C.A.(2018).Analisis Kelayakan Kolam Renang. Kinestetik:Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani, 2 (1), 32-35.
- Nugroho, S. (2016).Manajemen Persatuan Renang Seluruh Indonesia Kabupaten Cilacap. Judika (Jurnal Pendidikan Unsika), 4(2).
- Sarasta,A.B.,&Mulyono,A.(2020).Manajemen Kolam Renang DiKabupaten Purworejo Tahun 2020. Indonesian Journal for Physical Education and Sport, 1(2), 562-â.
- Rahmat,Z.,&Irfandi.(2018).Evaluasi Manajemen Pengelolaan Pelatihan Klub Olahraga Atletik Binaan Dispora Provinsi Aceh. Jurnal Penjaskesrek, 89
- Shelomita E. S. S (2010). Analisis Pengaruh Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Peralatan Renang Merek "Speedo"skripsi. Undip.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). Business research methods. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc
- Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2018). Minat kualitas produk, citra merk dan harga terhadap minat beli. Jurnal JIMEK, 1(1), 67-78.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Minat citra Brand, kualitas produk harga dan Minatnya pada minat beli ulang produk kecantikan wardah. Jurnal Sebatik, 22(2), 56-63.