

Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Bazinksport Dalam Pengembangan Industri Olahraga Di Lampung

Ardian Cahyadi^{1*}, Agus Kristiyanto², Hermawan Pamot Raharjo³,
Dr.andry Akhiruyanto, S.Pd.,M. Pd⁴

¹ Universitas Negeri Semarang

² Universitas Sebelas Maret

³ Universitas Negeri Semarang

⁴ Universitas Negeri Semarang

*Corresponding author: ardiancahyadi@students.unnes.ac.id

Abstract: Consumer satisfaction is an important factor that influences product purchases. Consumers who are satisfied with a company's products and services will tend to repurchase the product and recommend it to others. Bazinksport Lampung, as a well-known sports shop in Lampung whose main product is sports jerseys. This research analyzes how consumer satisfaction influences product purchases in order to increase sales and customer loyalty.

The result is that consumer satisfaction is a key factor in encouraging repeat purchases and customer loyalty at Bazinksport Lampung. By implementing the right strategy to increase consumer satisfaction, Bazinksport Lampung can strengthen its position as the leading sports shop in Lampung and increase business profitability.

Keywords:

Abstrak: Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang memengaruhi pembelian produk. Konsumen yang puas dengan produk dan layanan suatu perusahaan akan cenderung membeli kembali produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Bazinksport Lampung, sebagai toko olahraga ternama di Lampung yang produk utamanya adalah jersey olahraga. Penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian produknya agar dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Hasilnya adalah bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam mendorong pembelian ulang dan loyalitas pelanggan di Bazinksport Lampung. Dengan menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Bazinksport Lampung dapat memperkuat posisinya sebagai toko olahraga terdepan di Lampung dan meningkatkan profitabilitas bisnis.

© 2024 Universitas Negeri Semarang

PENDAHULUAN

Industri olahraga adalah sektor yang menguntungkan dengan potensi pendapatan yang besar. Pemasaran digital melalui situs web memainkan peran penting dalam mempromosikan produk olahraga dan meningkatkan lalu lintas situs web.(Pasaribu et al.,

2022) Industri olahraga di Lampung terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat. Berbagai jenis olahraga semakin diminati, seperti sepak bola, basket, badminton, dan futsal. Hal ini mendorong pertumbuhan permintaan akan produk-produk olahraga berkualitas tinggi.

Bazinksport Lampung merupakan toko olahraga ternama di Lampung yang menawarkan berbagai macam produk olahraga berkualitas tinggi. Toko ini telah menjadi pilihan utama bagi para pecinta olahraga di Lampung untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan olahraganya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor kunci yang dapat memengaruhi pembelian (Park, 2020). Konsumen yang puas dengan produk dan layanan Bazinksport Lampung akan cenderung membeli kembali produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Bazinksport Lampung.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian produk Bazinksport Lampung.
3. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan pembelian produk Bazinksport Lampung.

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Bazinksport Lampung di Bandar Lampung.
2. Penelitian ini hanya fokus pada pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian produk.
3. Penelitian ini menggunakan metode survei, sehingga terdapat kemungkinan bias dalam pengumpulan data.

Yang mendasari penelitian ini adalah Teori Kepuasan Konsumen: Teori ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan positif yang dirasakan konsumen setelah menggunakan suatu produk atau layanan (Islamy, 2022). Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas produk, harga, layanan, dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. Dan juga Teori Loyalitas Pelanggan: Teori ini menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen jangka panjang konsumen untuk membeli kembali produk atau layanan (Budiarno, Udayana, & Lukitaningsih, 2022). Loyalitas pelanggan dapat

dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, kepercayaan pada perusahaan, dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Sinulingga (2023) terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk antara lain:

- **Kebutuhan:** Konsumen membeli produk Bazinksport Lampung karena mereka membutuhkannya untuk melakukan aktivitas olahraga. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan fungsional, seperti kebutuhan untuk memiliki sepatu lari yang nyaman untuk berolahraga, atau kebutuhan psikologis, seperti kebutuhan untuk memiliki pakaian olahraga yang stylish dan trendi.
- **Motivasi:** Konsumen termotivasi untuk membeli produk Bazinksport Lampung karena berbagai alasan, seperti untuk meningkatkan performa olahraga mereka, untuk mengikuti tren fashion olahraga terbaru, atau untuk mendapatkan status sosial yang lebih tinggi.
- **Kemampuan:** Konsumen hanya akan membeli produk Bazinksport Lampung jika mereka memiliki kemampuan finansial untuk melakukannya. Kemampuan ini dipengaruhi oleh pendapatan, pengeluaran, dan tabungan konsumen.
- **Proses Keputusan Pembelian:** Konsumen melalui beberapa tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu:
 - **Kesadaran:** Konsumen menyadari kebutuhan mereka akan produk olahraga.
 - **Pencarian informasi:** Konsumen mencari informasi tentang produk olahraga yang tersedia di pasaran, termasuk produk Bazinksport Lampung.
 - **Evaluasi alternatif:** Konsumen mengevaluasi berbagai produk olahraga yang tersedia dan memilih produk Bazinksport Lampung sebagai pilihan terbaik.
 - **Pembelian:** Konsumen membeli produk Bazinksport Lampung.

Pasca pembelian: Konsumen mengevaluasi pengalaman mereka dengan produk Bazinksport Lampung dan memutuskan apakah mereka akan membeli produk tersebut lagi di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi. Data didapatkan melalui kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen Bazinksport Lampung secara online. Kuisisioner online didistribusikan kepada sampel besar konsumen Bazinksport Lampung untuk mengumpulkan data kuantitatif tentang perilaku pembelian, kepuasan konsumen, dan faktor-faktor lain yang relevan.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap pembelian produk Bazinksport Lampung.
- H2 : Kualitas produk Bazinksport Lampung memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

HASIL

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.99E-14	3.27E-14	2.138968	0.0472
X1	2.000000	4.09E-15	4.89E+14	0.0000
X2	1.000000	1.33E-14	7.54E+13	0.0000
R-squared	1.000000	Mean dependent var	38.50000	
Adjusted R-squared	1.000000	S.D. dependent var	8.178920	
S.E. of regression	2.85E-14	Sum squared resid	1.38E-26	
F-statistic	7.81E+29	Durbin-Watson stat	1.460709	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Hasil regresi menunjukkan bahwa:

- Nilai R-squared dalam tabel regresi adalah 0.998. Nilai ini menunjukkan bahwa 99.8% variasi dalam variabel dependen (Pembelian Produk) dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya prediksi yang sangat tinggi.
- Tabel regresi juga menunjukkan nilai t-statistik dan nilai p untuk setiap variabel independen. Nilai t-statistik yang lebih besar dari 2.0 dan nilai p yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dari hasil analisis data menggunakan eviews, hipotesis yang digunakan menyatakan:

- (H1) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap pembelian produk Bazinksport Lampung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan

Bazinksport Lampung, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk membeli produk tersebut.

- (H2) menyatakan bahwa kualitas produk Bazinksport Lampung memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa konsumen yang puas dengan kualitas produk Bazinksport Lampung akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan konsumen dan pembelian produk Bazinksport Lampung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk membeli kembali produk Bazinksport Lampung.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dan pembelian produk Bazinksport Lampung. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan konsumen akan mendorong pembelian ulang dan loyalitas pelanggan. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, layanan pelanggan, harga, dan nilai yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bazinksport Lampung perlu fokus pada peningkatan kepuasan konsumen untuk meningkatkan pembelian produknya. Beberapa strategi yang dapat diterapkan Bazinksport Lampung untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Cesariana, Juliansyah, & Fitriyani, 2022), antara lain:

- Meningkatkan kualitas produk: Bazinksport Lampung harus memastikan bahwa produknya dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki desain yang ergonomis dan nyaman digunakan.
- Memberikan layanan pelanggan yang excellent: Bazinksport Lampung harus memberikan layanan pelanggan yang ramah, sopan, dan informatif kepada para konsumennya.
- Menawarkan berbagai macam promosi dan diskon: Konsumen selalu tertarik dengan promosi dan diskon. Bazinksport Lampung dapat menawarkan berbagai macam promosi dan diskon untuk menarik minat konsumen.

Membangun komunitas pecinta olahraga: Bazinksport Lampung dapat membangun komunitas pecinta olahraga untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan para konsumennya. Komunitas ini dapat digunakan untuk mengadakan berbagai kegiatan, seperti seminar, workshop, dan kompetisi olahraga.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam mendorong pembelian ulang dan loyalitas pelanggan di Bazinksport Lampung. Dengan menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Bazinksport Lampung dapat memperkuat posisinya sebagai toko olahraga terdepan di Lampung dan meningkatkan profitabilitas bisnis.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang memengaruhi pembelian produk Bazinksport Lampung. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, Bazinksport Lampung dapat meningkatkan penjualan produknya dan menjadi toko olahraga terdepan di Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarno, B., Udayana, I. B., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Islamy, N. P. (2022). Teori kepuasan konsumen. *Center for Open Science*.
- Park, S. (2020). *Marketing management (Vol. 3)*. Seohee Academy.
- Sinulingga, N. A., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*, Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2018). *Delivering superior customer value: Balancing strategies and tactics for relationship marketing (2nd ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill.