



STUDI KORELASI *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TULIS DI BATIK
MURNI MADIUN

Windhi Dwi Kristianingsih¹
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
windhikristian96@gmail.com

Satrijo Budi Wibowo²
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
Satrijobudiwibowo@yahoo.com

Elly Astuti³
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
ellyastuti@unipma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hubungan brand awareness dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik tulis di batik murni madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dengan menggunakan uji t, analisis korelasi product moment, analisis korelasi berganda dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand awareness dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis. Hal ini karena konsumen merasa dipermudah untuk memilih motif dari batik tulis yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci : Kesadaran Atas Merk; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian



PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat pada perekonomian di Indonesia ditandai dengan adanya pertumbuhan industri yang sangat pesat. Pemasaran industri adalah suatu kegiatan yang memberikan fasilitas dengan tujuan untuk melakukan penukaran suatu produk kepada konsumen yang dilakukan dalam pasar industri serta mencakup pada perusahaan untuk membeli barang dan jasa industrinya kemudian digunakan sebagai penghasil barang dan jasa yang akan dijual kepada konsumen atau pemasok lain (Subroto,2011:2). Saat ini banyak perusahaan baru yang menghasilkan berbagai macam produk dan jasa dan masing masing dari perusahaan memiliki strategi pada pemasaran yang berbeda – beda serta produk yang dipasarkan dari perusahaan tersebut juga mempunyai ciri karakteristik yang berbeda pula. Cara yang digunakan dalam mencapai suatu keberhasilan dalam menjalankan satu bisnis yaitu dengan melakukan kegiatan pemasaran. Menurut Assauri (2011:4-5) pemasaran dapat dilihat dalam arti sempit dan luas.

Menurut Hermawan (2017:33) strategi tidak hanya untuk perusahaan besar saja tetapi untuk perusahaan kecil juga yang tujuannya untuk mengembangkan usahanya karena dalam situasi yang kritis justru perusahaan kecil mampu untuk menumbuhkan pertumbuhan pendapatan pada masyarakat. Strategi dan pemasaran memiliki hubungan penting dalam dunia bisnis, karena hubungan ini adalah langkah kreatif yang secara terus menerus yang diupayakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mencapai target terbaik guna mencapai kepuasan maksimal dari seorang konsumen.

Salah satu macam industri yang berkembang pesat di Indonesia yaitu batik. Persaingan pasar batik sangat ketat, sehingga batik mengalami perkembangan motif. Perkembangan motif kain batik yang semakin beragam digunakan untuk memaksimalkan volume penjualan tertentu, dengan tujuan akhir untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Galery Batik Murni madiun yang merupakan salah satu galery yang memproduksi batik tulis sendiri. Batik Murni Madiun juga terlibat sebagai mitra binaan PT. Inka Madiun yang membuat khusus motif batik pecel dengan desain kereta api. Batik murni yang diproduksi rumah batik murni sudah dikenal dikota madiun dan pemasaran sudah merambah sampai ke negara Bangladesh.

Produk industri yang masih mengikuti arah gerak fashion saat ini adalah batik tulis. Batik tulis mempunyai beragam desain yang menarik dan unik. Untuk meningkatkan produk yang ditawarkan biasaya memakai nama produk / merek yang menarik dan mudah diingat oleh



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

para konsumen. *Brand Awareness* sangat diperlukan bagi produsen, karena konsumen mempunyai keinginan untuk membeli produk yang sudah dikenal atau produk yang sudah tertanam dalam ingatan dari calon pembeli (Alma,2013:158). Semakin tinggi tingkatan *brand awareness* maka suatu merek akan semakin diingat dan berada dipikiran seorang konsumen.

Keunggulan dari produk mampu memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen dan untuk memperoleh nilai tersebut bisa dilakukan dengan memberikan kualitas produk yang kuat kepada konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan produk yang digunakan dalam menjalankan fungsinya seperti, daya tahan keandalan, ketentuan dalam mempermudah pengoperasian dan perbaikan pada keunggulan lainnya. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih menarik konsumen, yang lebih mencari kualitas terbaik dalam membeli produk yang dibutuhkannya, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pada keputusan pembelian suatu produk.

. Keputusan pembelian terjadi karena adanya pengaruh dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian dari seorang konsumen dapat menggambarkan bahwa pemasar bisa seberapa jauh dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Perusahaan harus mampu berkompetisi dan dapat melihat situasi pasar. Saat ini kompetensi perusahaan sangat ketat, manajemen perusahaan harus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan penciptaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan oleh penulis, maka penulis akan mengangkat judul dalam penulisan laporan ini, yaitu “Studi Korelasi *Brand Awareness* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Di Batik Murni Madiun.

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan *brand awareness* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik tulis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif berbentuk angka dan dianalisis dengan statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner kepada konsumen yang membeli batik tulis. Populasi dari penelitian ini adalah pembeli batik tulis sejumlah 300 konsumen. Pada penelitian ini menggunakan

sampel yang ditentukan dengan teknik pengambilan sampel jenis *Non probability sampling* yaitu dengan menggunakan *sampling insidental*. Berdasarkan data dari keputusan pembelian batik tulis didapat sampel sebanyak 171 pembeli. Indikator dari penelitian ini yaitu *brand awareness* meliputi: Merek mudah diingat, mempunyai pengetahuan tentang merek, dapat membedakan dengan merek lain, dapat mengenali logo atau simbol (Alma, 2013: 158). Indikator kualitas produk meliputi: Daya tahan, keandalan, kemudahan, perbaikan (Kotler, 2012: 291). Indikator keputusan pembelian meliputi: Tujuan membeli sebuah produk, merek yang akan dipilih biasanya konsumen mencari informasi terlebih dahulu, kemantapan pada produk, memberi rekomendasi atau masukan kepada orang lain, melakukan proses pembelian ulang (Kotler dan Amstrong, 2008:36). Adapun form kuesioner penelitian ini terlampir.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Deskripsi Data

Variabel	N	Mean	Std.Dev	Var	Min	Max	Sum	Rang
<i>Brand Awareness</i>	171	18,35	2,036	4,145	14	24	3137	10
Kualitas Produk	171	29,91	3,221	10,375	23	37	5115	14
Keputusan Pembelian	171	22,5	2,162	4,675	18	27	3848	9

Sumber : hasil perhitungan manual, 2018

Hubungan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel *Brand Awareness* (X1) telah teruji yaitu mempunyai hubungan positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian batik tulis di Batik Murni Madiun. Adanya peningkatan *Brand Awareness* diharapkan mampu meningkatkan pembelian. Hal ini berarti jika kesadaran merek atas suatu merek produk akan memiliki peranan dalam membantu konsumen memutuskan cara memperoleh manfaat atau kegunaan tertinggi yang diharapkan dari produk tersebut. Dengan demikian kesadaran merek akan menciptakan peluang terbesar bagi seseorang untuk memilih suatu merek produk.

Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X2) telah teruji yaitu mempunyai hubungan signifikan terhadap Keputusan Pembelian batik tulis di Batik Murni Madiun. Hal ini berarti jika kualitas suatu produk akan memiliki peran penting dalam penilaian yang baik mengenai kualitas produk yang sesuai dengan tingkat keinginan konsumen yang akan mendorong konsumen untuk berkeinginan melakukan pembelian produk tersebut. Hasil ini menjelaskan bahwa pada umumnya konsumen dalam membelanjakan uangnya akan memperhitungkan kualitas yang akan didapat dari uang yang dikeluarkannya.

Hubungan Variabel *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel *Brand Awareness* (X1) dan Kualitas Produk (X2) telah teruji yaitu mempunyai hubungan signifikan terhadap Keputusan Pembelian batik tulis di Batik Murni Madiun. Dikarenakan dari kedua variabel *brand awareness* dan kualitas produk memberikan hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berarti semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh Batik Murni Madiun dan tingginya *brand awareness* dari konsumen akan produk mereka maka kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk batik tulis di Batik Tulis Madiun.

SIMPULAN

Brand Awareness memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian batik tulis di Batik Murni Madiun. Hubungan signifikan tersebut berarti mampu untuk meningkatkan pembelian. Maka dari itu *brand Awareness* mampu meningkatkan peluang besar bagi seorang konsumen untuk memilih sebuah produk.

Kualitas produk memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian batik tulis di Batik Murni Madiun. Hubungan signifikan ini sangat berperan penting dalam penilaian

suatu produk untuk meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian pada suatu produk yang dihasilkan.

Brand Awareness dan Kualitas Produk secara bersamaan saling berhubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hubungan ini semakin baik kualitas batik yang ada di Batik Murni Madiun maka daya ingat dari seorang konsumen dalam mengingat produk batik tulis akan semakin tinggi dan konsumen akan melakukan pembelian.

Penelitian selanjutnya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dari batik tulis untuk meningkatkan keputusan pembelian yang dilihat dari segi kualitas produk. Diharapkan Galery Batik Murni Madiun agar tetap menjaga kualitas kain yang menjadi bahan baku pada produk batik tulis, menjaga ketahanan pada warna dan dapat memberikan pengetahuan tentang motif batik tulis kepada konsumen serta melakukan inovasi model batik dari segi desain, warna dan corak sehingga dapat mempunyai tujuan agar konsumen tidak merasa jenuh dengan model batik tulis tersebut, , karena perkembangan fashion saat ini sudah berkembang dengan pesat sehingga galery Batik Murni Madiun harus mampu mengembangkan inovasi baru didalam model batik tulisnya. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan mendukung peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal dan lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Assauri, Sofjan. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Hermawan Agus. (2017). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Subroto, Budiarto. (2011). Pemasaran Industri. Yogyakarta : Andi



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

