

PENGARUH TIPE PRODUK DAN MEREK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK SHELL LUBRICANT PADA PT. DINAMIKA LUBSINDO UTAMA MEDAN

Ayu Sekar Harum¹⁾, M. Amri Nasution, SE, M.Si²⁾ & Al Firah, SE, M.Si³⁾

^{1), 2), 3)} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dharmawangsa, Indonesia

alfirah86@dharmawangsa.ac.id

RINGKASAN - Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui pengaruh tipe produk terhadap keputusan membeli produk Shell Lubricant pada PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, untuk mengetahui pengaruh merek produk terhadap keputusan membeli produk Shell Lubricant pada PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan dan untuk mengetahui pengaruh tipe produk dan merek produk terhadap keputusan membeli produk Shell Lubricant pada PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu angket dengan teknik analisis data yaitu regresi berganda. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tipe produk secara parsial terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel tipe produk sebesar 6.807 yang dibandingkan sebesar 1,66388 maka $6.807 > 1,66388$ yang berarti variabel tipe produk memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan membeli, ada pengaruh merek produk secara parsial terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel merek produk sebesar 7.250 yang dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,66388 maka $7.250 > 1,66388$ yang berarti variabel merek produk memiliki hubungan yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan membeli. Selain itu ada pengaruh tipe produk dan merek produk secara simultan terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui dari nilai $F_{hitung} = 143.453$ yang dibandingkan F_{tabel} sebesar 3,11 maka $143.453 > 3,11$ yang artinya variabel tipe produk dan merek produk secara simultan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) atau berpengaruh positif dengan variabel keputusan membeli..

Kata Kunci: *Tipe Produk, Merek Produk, Keputusan Membeli*

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentukan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan

membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk.

PT. Dinamika Lubsindo Utama adalah merupakan perusahaan yang dipercaya untuk menjadi salah satu perusahaan yang mendistribusikan produk-produk Shell Lubricant yang merupakan pelumas kendaraan bermotor mencakup oli baik matic atau manual karena oli berguna untuk melumasi komponen mesin. Salah satu oli yang biasa digunakan adalah oli mesin Shell Lubricant. Shell Lubricant sebagai salah satu merek pelumas terbaik di dunia yang sangat peduli terhadap tipe dan merek produk yang ditawarkan sehingga dapat dikenal di pasaran Indonesia.

Teknologi PurePlus produk Shell merupakan satu dari beberapa teknologi unggulan yang terdapat di setiap oli Shell. Teknologi ini digunakan saat proses pembuatan oli untuk mengubah gas alam dari dalam minyak mentah menjadi minyak dasar yang jernih dan tanpa adanya kotoran sebagai bahan baku utama pelumas.

Fenomena oli mesin Shell Lubricant masih belum sepenuhnya mampu memenuhi seluruh kebutuhan kendaraan sepeda motor dengan semua tipe kendaraan bermotor, dimana masyarakat masih terbiasa dengan menggunakan oli mesin original bawaan setiap sepeda motor sesuai pabrikannya. Seperti sepeda motor merek Honda dengan berbagai tipenya selalu disarankan menggunakan oli mesin AHS yang memang produk bawaan pabrik semua jenis dan tipe sepeda motor Honda, sehingga persepsi masyarakat masih belum terbiasa menggunakan oli mesin Shell Lubricant. Sehingga merek produk oli mesin Shell Lubricant masih belum sepenuhnya menjadi pilihan untuk setiap pengendara sepeda motor.

Sementara itu merek produk oli mesin Shell Lubricant ternyata masih kurang mendapat tempat di hati para pengguna sepeda motor di Indonesia, hal ini juga dikarenakan masyarakat lebih mempercayai oli mesin yang selama ini sudah digunakan serta sudah dikenal dan dipercaya. Produk Shell Advance khusus sepeda motor matic merupakan oli yang khusus menjadikan mesin awet, lancar dan membantu penggunaan bahan bakar yang irit. Namun produk Shell Advance khusus sepeda motor matic juga masih mempunyai kekurangan dimana oli tersebut hanya dapat dipergunakan untuk waktu tertentu, yang akan menyusut

dalam penggunaannya, sehingga untuk menjaga keawetan mesin harus segera diganti dengan oli yang baru. Untuk produk Shell Advance khusus sepeda motor manual merupakan oli yang khusus menjadikan mesin tetap dingin sehingga sangat baik untuk sepeda motor dengan rute perjalanan yang jauh. Namun produk Shell Advance khusus sepeda motor manual juga masih mempunyai kekurangan dimana dalam penggunaannya menjadikan mesin kencang yang tidak semua konsumen membutuhkannya.

Dilihat dari segi merek, Produk Shell Lubricant merupakan produk yang termasuk sebagai finalis dalam lomba inovasi “*Think Eficiency 2018*” yang menunjukkan bahwa merek Produk Shell Lubricant sudah sangat terkenal dan dipercaya sebagai produk yang inovatif dan berkualitas terbaik.

KAJIAN TEORI

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Amstrong (2014:165) pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Definisi lain keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Menurut Amilia dan Nasution (2017:664) yang mengutip pendapat Schiffman dan Kanuk (2007), “Keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya”.

Tipe Produk

Menurut Abdurrahman (2015: 71) “Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”. Menurut Alma (2016: 139) menyatakan bahwa produk ialah kelengkapan atribut baik berwujud atau tidak berwujud, seperti warna, harga, nama baik pabrik/pengecer, dan pelayanan pabrik/pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Merek Produk

Menurut Kotler (2015: 82) “Merek adalah suatu simbol rumit yang dapat menyampaikan hingga enam tingkat pengertian”. Abdurrahman (2015:82), merek merupakan aset kuat yang harus dikembangkan dan dikelola secara seksama. Merek bukan hanya sekedar nama dan lambang, merek sebagai elemen kunci yang mampu membawa nama besar perusahaan kepada konsumen dan mereputasikan persepsi dan perasaan konsumen atas sebuah produk/ jasa, sehingga merek akan membentuk hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di PT. Dinamika Lubsindo Utama Jl. Sutomo No.232, Gg. Buntu, Kec.Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20212. Adapun populasi yang ada dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang membeli dan menggunakan oli mesin merek Shell pada PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan berjumlah lebih dari 500 orang periode bulan Januari 2022 sampai Maret 2022. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain pengamatan (*observation*) dan daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Teknik analisis data yang dipergunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda, uji hipotesis secara parsial dan simultan serta uji koefisien determinasi berkaitan dengan pengaruh tipe produk dan merek produk terhadap keputusan membeli produk.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Tipe produk Terhadap Keputusan Membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel Tipe produk sebesar 6.807 yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,66388), diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.807 > 1,66388$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya tipe produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Tipe produk sangat berpengaruh terhadap keputusan membeli produk Shell

Lubricants PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan sehingga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen agar tetap loyal membeli produk perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan tipe produk yang ada. Tipe produk sebagai acuan penilaian bagaimana Shell Lubricants mampu menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya yang memiliki keunggulan atau ciri khas produknya dibanding produk kompetitor, sehingga tipe produk menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pembelian produk.

Berdasarkan jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa produk memiliki kesesuaian dengan semua jenis mesin kendaraan, produk sangat cocok dipakai untuk menjaga keawetan mesin, meningkatkan performa kerja mesin kendaraan, menjaga mesin agar tetap dingin dan memberikan nilai tambah yang mampu membahagiakan konsumen.

2. Pengaruh Merek Produk Terhadap Keputusan Membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel merek produk sebesar 7.250 yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,66388), diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.250 > 1,66388$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya merek produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Berdasarkan jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa produk perusahaan memiliki citra yang sangat baik dan dipercaya konsumen dengan menjaga komunikasi yang baik dengan melengkapi atribut fungsional produk dan menyajikan berbagai informasi sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Perusahaan menyajikan informasi kontra indikasi terhadap produk sehingga menjadi perhatian bagi konsumen, perusahaan memberikan kontak konsumen untuk menyampaikan berbagai keluhan, saran dan konsultasi berkaitan dengan produk perusahaan. Hal inilah yang membuat konsumen memilih untuk membeli produk perusahaan.

Hal inilah yang mempengaruhi merek produk terhadap keputusan membeli produk Shell Lubricants PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, dimana merek

yang baik akan memengaruhi jumlah konsumen yang memilih produk Shell Lubricants tanpa memikirkan ulang untuk membeli atau membandingkannya dengan produk merek lain. Merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi perusahaan seperti menciptakan keunggulan bersaing dan cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen.

3. Pengaruh Tipe Produk Dan Merek Produk Terhadap Keputusan Membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} = 143.453$, sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 83$ diperoleh nilai $F_{tabel} 3,11$ dari hasil ini diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $143.453 > 3,11$ sehingga titik uji signifikansi berada pada wilayah penolakan H_0 dan disimpulkan H_1 diterima yang artinya bahwa tipe produk dan merek produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan.

Hal ini menjelaskan bahwa tipe produk dan merek produk sangat diperhatikan konsumen dalam menentukan pembelian produk. Hasil jawaban responden yang menyatakan setuju, pembelian produk perusahaan dapat dilakukan dalam jumlah besar atau kecil, pembelian dapat dilakukan baik langsung maupun tidak langsung, pendistribusian produk dilakukan setiap hari, penentuan waktu pembelian dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan konsumen dapat melakukan pesanan untuk waktu-waktu tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Hal inilah yang membuat konsumen memilih untuk membeli produk perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa tipe produk dan merek produk sangat berpengaruh terhadap keputusan membeli produk Shell Lubricants PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, sehingga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap agar tetap loyal membeli produk perusahaan. Perusahaan dapat menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya sebagai suatu daya tarik produknya dengan memiliki keunggulan produknya yang lebih baik dibandingkan dengan produk kompetitor.

SIMPULAN

1. Ada pengaruh tipe produk secara parsial terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel tipe produk sebesar 6.807 yang dibandingkan sebesar 1,66388 maka $6.807 > 1,66388$ yang berarti variabel tipe produk memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan membeli.
2. Ada pengaruh merek produk secara parsial terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel merek produk sebesar 7.250 yang dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,66388 maka $7.250 > 1,66388$ yang berarti variabel merek produk memiliki hubungan yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan membeli.
3. Ada pengaruh tipe produk dan merek produk secara simultan terhadap keputusan membeli PT. Dinamika Lubsindo Utama Medan, hal ini diketahui dari nilai $F_{hitung} = 143.453$ yang dibandingkan F_{tabel} sebesar 3,11 maka $143.453 > 3,11$ yang artinya variabel tipe produk dan merek produk secara simultan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) atau berpengaruh positif dengan variabel keputusan membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Aditya Yessika Alana (2013). *Pengaruh Type produk, Merk, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia*. Skripsi (Tidak Dipublikasikan). Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
- Alma, Buchori (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Perusahaan Jasa*. Cetakan 12. Bandung: Alfabeta.
- Arif Pratisto (2015). *Statistik Menjadi Mudah dengan SPSS 17*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo
- Erlina dan Sri Mulyani (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan 1. Medan : USU Press
- Fadila Putri Nugraha (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R Pada PT. Indako Trading Coy Cabang Jl. Makmur Medan*. Skripsi (Tidak Dipublikasikan). Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa Medan
- Fajar Idris (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Hafiz Fikri (2017) *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Pra Bayar XL Mahasiswa Fakultas Hukum Sumatera Utara*. Skripsi (Tidak Dipublikasikan). Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa Medan.
- Irham Fahmi. 2016. *Teori dan Teknik pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Cetakan ke 2. Jakarta: PT. RajaGrafindo Presada.
- Kotler, Phillip & Gary Armstrong (2014). *Prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Muhammad Nisfiannoor (2014). *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Bisnis* Cetakan ke-18. Bandung: Alfabeta.
- Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nasution (2017). Pengaruh Citra Merek, harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6, No. 1, ISSN: 2252-844X*
- Tjiptono, Fandy (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wati Susilawati dan Giska Amitia Wati (2017). Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam menentukan Keputusan Pembelian Seprepa Motor Honda Scoopy di PD Lima Motor Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 16, No. 02. ISSN : 1412-5897*.

