

REV ARTIKEL USWATUN HASANAH (0149)

by Manajemen FEB

Submission date: 13-Jul-2022 03:33AM (UTC-0400)

Submission ID: 1869991651

File name: REV_ARTIKEL_USWATUN_HASANAH_0149.doc (399.5K)

Word count: 1751

Character count: 11391

Pengaruh Pengemasan, Harga, dan Kualitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Sambal Pecel "KAROMAH"

Uswatun Hasanah¹, Ismayantika Dyah Puspasari², Dyah Ayu Paramitha³
Universitas Nusantara PGRI Kediri
uuuswaaa@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk :

Tanggal Revisi :

Tanggal Diterima :

Abstract

The purpose of this study is to analyze and determine the effect of packaging, price, and quality simultaneously on the consumer purchasing decision-making process at UD. Sambal Pecel "KAROMAH". Accidental Sampling is a sampling technique used, with a sample of 40 respondents, in the process of collecting data it is done by means of a questionnaire. Quantitative is the method applied in this research. with an explanatory research approach that applies data analysis through validity and reliability tests, classical assumption tests, coefficients of determination test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Then the results obtained R square of 51.0%. The results show that the effect of the 3 independent variables on the dependent variable is 51.0%. While the remaining 49.0% is described by other variables but not examined in this study.

Keywords: Packaging, price, quality, purchase decision.

Abstrak

Tujuan dalam penelitian adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen pada UD. Sambal Pecel "KAROMAH". Accidental Sampling merupakan teknik sampling yang digunakan, dengan sampel yang berjumlah 40 responden, dalam proses mengumpulkan data dilakukan dengan cara kuesioner. Kuantitatif adalah metode yang diterapkan dalam penelitian ini. dengan pendekatan explanatory reseach yang menerapkan analisis data melalui uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisiensi determinasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Kemudian didapat hasil R square sebesar 51,0%. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh 3 variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 51,0%. Sedangkan sisa 49,0% dijabarkan oleh variabel lain namun tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengemasan, harga, kualitas, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Sambal dianggap sebagai bahan makanan pelengkap cita rasa makanan utama di Indonesia. Oleh karena itu masyarakat terbiasa dengan adanya sambal dalam sajian makanan sehari-hari. Sambal pecel merupakan salah satu sambal yang populer di Indonesia. Tingginya jumlah permintaan produk sambal membuat banyak produsen sambal bersaing untuk menciptakan inovasi baru dalam cita rasa sambal. Kondisi ini membuat setiap produsen lebih kompetitif dalam berinovasi, kreatif dalam mengembangkan produk agar dapat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, agar produk dapat disukai konsumen dan dapat bersaing dengan produk merek lain.

Agar mampu bersaing dengan prduk lain maka hal yang perlu diperhatikan adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran produk terdiri dari indikator-indikator pemasaran 4P (*product, price, promotion, place*) yang perkembangannya searah dengan pergerakan perusahaan, perubahan apa saja yang terjadi di dalam pemasaran serta perubahan sikap oleh konsumen. Oleh karena itu menganalisis sikap konsumen dalam proses

pengambilan keputusan pembelian merupakan hal penting, karena dengan memiliki pengetahuan dasar tentang perilaku konsumen dapat memberikan evaluasi yang baik dalam penyusunan strategi pemasaran.

Keputusan pembelian merupakan proses sejauh mana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta mengevaluasi dengan baik pada setiap alternatif, yang kemudian berujung kepada keputusan pembelian[1]. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya keputusan pembelian ialah proses pengambilan keputusan oleh konsumen yang bermula dengan memahami masalah sesudah itu mengevaluasinya lalu memutuskan produk yang mana sesuai dengan kebutuhannya.

Pengemasan menjadi salah satu faktor penting dalam manajemen pemasaran, pembungkus dengan bahan pengemas yang sesuai untuk melindungi produk dari produsen hingga sampai pada tangan konsumen[2]. Melalui kemasan, identifikasi suatu produk menjadi lebih mudah dan mencegah terjadinya pertukaran dengan produk lain. Kemasan menjadi salah satu cara produsen membuat produknya berbeda dengan produk lain, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan. Oleh karena itu, kemasan baiknya dibuat menarik sehingga dapat menarik perhatian pembeli untuk melakukan pembelian.

Harga menjadi faktor lain yang penting dalam pemasaran, harga menjadi penentu berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan, sebab harga menjadi penentu besar kecilnya profit yang diperoleh oleh perusahaan melalui penjualan produk[3].

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian ialah kualitas produk, yang mana tingkatan mutu diharapkan memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk dapat ditentukan melalui kegunaan atau fungsinya, oleh karena itu kualitas suatu produk perlu dijaga dengan baik, sebab semakin baik kualitas suatu produk maka minat pembeli akan makin tinggi untuk membeli produk tersebut[4].

Terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang keputusan pembelian yang memberikan hasil yang berbeda, dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda"[5]. Tujuan dalam penelitian adalah mengetahui pengaruh variabel independen (kelengkapan produk, harga dan lokasi) secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Metode dalam penelitian ini ialah Kuantitatif. Dan hasil dari penelitian ini ialah variabel terikat (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel bebas (kelengkapan produk, harga dan lokasi) secara simultan, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi secara parsial oleh variabel harga dan lokasi, sedangkan kelengkapan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian lain yang berjudul "Pengaruh inovasi, kreativitas, dan kualitas terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR")"[6]. Menganalisis pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan kualitas terhadap keunggulan bersaing ialah tujuan dalam penelitian ini. Metode penelitian langsung dan kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah keunggulan bersaing dipengaruhi oleh inovasi produk, kreativitas, dan kualitas secara individual berpengaruh positif dan signifikan.

Dari berbagai kalangan masyarakat saat ini banyak yang gemar dengan sambal pecel, khususnya masyarakat pulau Jawa. Sambal pecel menjadi bumbu pelengkap makanan. UD, Sambal Pecel "KAROMAH" menjadi salah satu produsen sambal pecel yang memiliki jumlah pelanggan cukup banyak di Kediri, akan tetapi sistem penjualan yang masih monoton dengan hanya menunggu pesanan dari konsumen menyebabkan kurangnya jangkauan target pasar yang akan dicapai. Serta, pengetahuan produk dan skill komunikasi yang kurang luwes dalam menjelaskan atau melakukan pendekatan kepada calon pembeli menyebabkan turunnya minat untuk melakukan keputusan pembelian. Terlebih dalam era modern ini, penggunaan media online seharusnya dapat menjadi media bagi pengusaha dalam berinovasi. Hal tersebut tentunya wajib didampingi dengan strategi serta perencanaan yang baik dan matang agar dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka peneliti memilih judul "Pengaruh Pengemasan, Harga, dan Kualitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Sambal Pecel "KAROMAH"

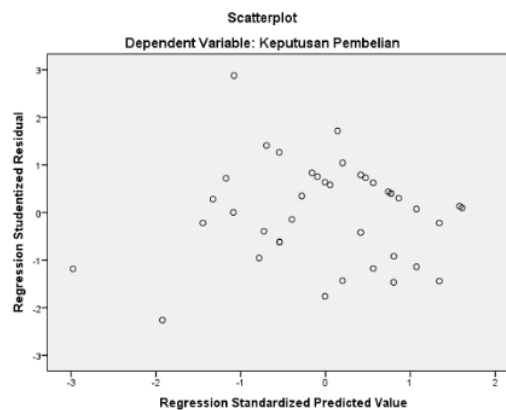
METODE

Kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan, dan kausalitas merupakan tekniknya. UD. Sambel Pecel "KAROMAH" yang berada di Jl. Tembus, Ds. Jatirejo, Kec. Banyakan, Kab. Kediri, Jawa Timur adalah tempat penelitiannya. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampelnya. Untuk memperoleh hasil pada penelitian ini perlu dilakukan pengolahan data, teknik untuk menganalisis data yang digunakan terdiri dari pengujian instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis & koefisien determinasi (R^2). Analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis datanya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan dalam uji validitas yang telah dilakukan, didapatkan hasil seluruh item pertanyaan lolos uji validitas. Yaitu dibuktikan dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, artinya seluruh butir pernyataan dalam instrumen pada penelitian ini dapat dinyatakan valid. Pada hasil perhitungan dalam uji reliabilitas didapatkan nilai koefisien reliabilitas variabel pengemasan (X1) sebesar 0,729, harga (X2) 0,708, kualitas (X3) 0,826, dan variabel Keputusan Pembelian (Y) 0,812. Berdasarkan nilai tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel didalam penelitian ini dapat dinyatakan Reliabel, hal ini dibuktikan oleh nilai *alpha cronbach's* lebih dari 0,6.

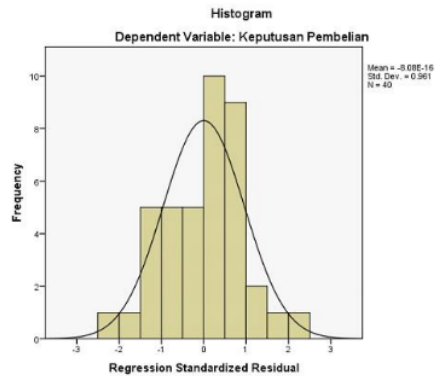
Dari hasil uji multikolinieritas didapat nilai Toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kolerasi yang sempurna antara variabel independen dalam penelitian ini. Dari uji autokorelasi menunjukkan hasil nilai DW sebesar 2,091, dengan menggunakan signifikan 0,05 (5%), dengan jumlah sampel 40 dan variabel bebas 3, sehingga dalam tabel DW akan dapat diperoleh nilai $DU = 1.6589$. Karena nilai $DW 2.091 > DU 1.6589$ dan kurang dari $(4-DU) 4-1.6589 (2.3411)$, maka DW terletak di antara DU dan $(4-DU)$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.



Gambar 1. Grafik Scatterplots

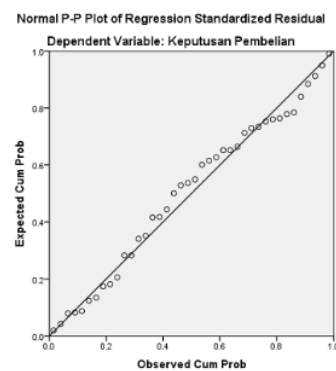
Sumer : Data diolah 2022

Pada Gambar 1 yaitu grafik scatterplots dapat dilihat titik-titik menyebar dengan acak dan tidak memperlihatkan pola tertentu, menyebar di atas ataupun di bawah 0 pada sumbu Y. maka diketahui tidak terdapat heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas
Sumber : Data primer diolah, 2022

23 Berdasarkan grafik histogram Gambar 2 dapat diketahui bahwa grafik histogram memperlihatkan pola distribusi yang berbentuk simetris, hal ini dapat diketahui melalui garis histogram yang tidak menceng ke kanan ataupun ke kiri, maka dapat disimpulkan penyebaran pendistribusian data terjadi secara normal.



Gambar 3. P-Plot Uji Normalitas
Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji normalitas juga dapat dideteksi melalui grafik Normal P-Plot seperti pada Gambar 3, dapat disimpulkan bahwa data tersebar secara normal, hal tersebut dibuktikan dari penyebaran titik yang melingkar disekitar sumbu diagonal dalam grafik.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	1.078	2.850		.978
	Pengemasan Produk	.806	.191	.525	.000
	Harga Produk	.924	.277	.788	.001
	Kualitas Produk	.540	.130	.887	.000

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dalam hasil uji regresi linier berganda diatas dengan SPSS 24, maka dapat dirumuskan persamaan regresi seperti berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,078 + 0,806 X_1 + 0,924 X_2 + 0,540 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut menunjukkan bahwa jika variabel (X1), X2) dan (X3) bernilai 0, maka maka keputusan pembelian (Y) adalah 1,078.

**Tabel 2. Hasil Uji-t (Parsial)
Coefficients^a**

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	.027	.978
	Pengemasan Produk	4.224	.000
	Harga Produk	3.697	.001
	Kualitas Produk	4.147	.000

a. Dependen variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Dari hasil perhitungan pada tabel 2 diperoleh nilai signifikansi variabel X1 = 0,000, variabel X2 = 0,001, dan variabel X3 = 0,000, yang mana nilai tersebut <0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, variabel pengemasan, harga, dan kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3. Hasil Uji-F (Simultan)
ANOVA^a**

Model		F	Sig.
1	Regression	14.534	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan pada hasil uji-F pada tabel 3, didapatkan signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga, jika pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat, sebaliknya jika pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk menurun, maka keputusan pembelian juga akan menurun.

**Tabel 4.14
Hasil Adjusted R²**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.510	1.69945

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengemasan Produk, Harga Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dalam tabel 4 dapat dilihat nilai *adjusted R*² = 0,510. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (pengemasan, harga, dan kualitas) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 51,0% dan sisanya 49,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berikut merupakan konklusi pada penelitian ini :

1. Keputusan pembelian sambal pecel "KAROMAH" dipengaruhi oleh pengemasan secara parsial.
2. Keputusan pembelian sambal pecel "KAROMAH" dipengaruhi oleh harga secara parsial.
3. Keputusan pembelian sambal pecel "KAROMAH" dipengaruhi oleh kualitas secara parsial.
4. Keputusan pembelian sambal pecel "KAROMAH" dipengaruhi oleh pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tjiptono F. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi; 2012.
- [2] Sunyoto D. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service); 2014.
- [3] Kotler Philip & Armstrong Gary. Dasar-Dasar emasaran. 9th ed. Jakarta: Jakarta : Indeks; 2012.
- [4] Kotler Philip & Armstrong Gary. Prinsip- Prinsip Pemasaran. 1st ed. Jakarta: Jakarta : Erlangga; 2018.
- [5] Supirman. Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.. E-Journal Adm Bisnis 2018;Volume 4.
- [6] Kumiasari RD. Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR"). J Penelit Dan Kaji Ilm Fak Ekon Univ Negeri Yogyakarta 2018;2.

REV ARTIKEL USWATUN HASANAH (0149)

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

22%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.unpand.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur II Student Paper	1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
9	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1%

10	academic-accelerator.com Internet Source	1 %
11	jurnalmahasiswa.unipasby.ac.id Internet Source	1 %
12	Maulidia Wulan Anggraini, Tin Agustina Karnawati, Widi Dewi Ruspitasari. "PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH AL-SHAHBA MALANG MELALUI KEPERCAYAAN JAMAAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2020 Publication	1 %
13	e-prosiding.umnaw.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
15	fr.scribd.com Internet Source	1 %
16	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
17	www.neliti.com Internet Source	1 %
18	repositori.usu.ac.id Internet Source	1 %

19	Wangi Pradana Pandu Briyan Afgani, Muhammad Ramdhani, Flori Mardiani Lubis. "Pengaruh Iklan Jd.Id di Youtube Terhadap Minat Untuk Menggunakan Aplikasi", Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi), 2021 Publication	1 %
20	jurnal.perbanas.id Internet Source	1 %
21	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1 %
22	www.slideshare.net Internet Source	1 %
23	Andi Riyanto, Galih Raspati, Agung Wibowo, Amin Setio Lestningsih. "Investigasi Empirik Determinasi Beban Kerja dalam Meningkatkan Prestasi dan Produktivitas Kerja", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2021 Publication	1 %
24	jurnal.ar-raniry.ac.id Internet Source	1 %
25	media.neliti.com Internet Source	1 %
26	thesis.binus.ac.id Internet Source	1 %

27	Erna Mulyati, Sheila Zahra Amany Fauzia. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Freight Forwarder di PT XYZ Global Forwarding Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda", Jurnal Logistik Bisnis, 2020 Publication	<1 %
28	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
29	es.scribd.com Internet Source	<1 %
30	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.teknokrat.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
34	www.konsultanstatistik.com Internet Source	<1 %
35	Kevin Renaldo Teguh. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG KEDELAI MISOYA DI PT. SARI	<1 %

SARANA KIMIATAMA MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA
PANDEMI COVID-19", Jurnal Ekonomi
Manajemen dan Bisnis, 2022

Publication

36

IBN Udayana, Putri Dwi Cahyani, Desti Nur
Chotimah. "PENGARUH PERCEIVED SECURITY
DAN INFORMATION QUALITY TERHADAP
ONLINE PURCHASE INTENTION MELALUI
TRUST (Study Kasus Pada Konsumen Sorabel
di Yogyakarta)", Journal Competency of
Business, 2018

Publication

<1 %

37

jurnal.fkip.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

38

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On