



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1518-1524

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Jus Kode di Pamulang

Wanda Rantyaningrum¹, Yulia Rahel²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

wandarantya@gmail.com¹, yuliarahel13@gmail.com²

INFO ARTIKEL

Diterima April 2024
Disetujui Mei 2024
Diterbitkan Juni 2024

Kata Kunci:

Kualitas Produk
Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Jus Kode di Pamulang Setiap tahunnya jumlah penduduk Negara Indonesia semakin meningkat . Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan serta keinginan dari setiap individu. Hal tersebut merupakan peluang bagi setiap perusahaan untuk ber inovasi serta berusaha memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap kosumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing – masing .Salah satu industry yang cukup berkontribusi didalam pemenuhan kebutuhan konsumen dalam hal ini adalah industri food and beverage. Objek dalam penelitian ini adalah jus kode di wilayah pamulang. Tujuan dari penelitian ini berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Sumber data yang digunakan berupa data dikumpulkan dengan Kuisisioner.

Keywords:

Product Quality,
Buying decision

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions for Kode Juice in Pamulang Every year the population of Indonesia increases. This condition has an impact on the increasing needs and desires of every individual. This is an opportunity for every company to innovate and try to fulfill every consumer's desires and needs. Every consumer has a wide choice of products or brands that they want to consume according to their individual needs. One industry that contributes quite a lot to fulfilling consumer needs, in this case, is the food and beverage industry. The object of this research is code juice in the Pamulang area. The aim of this research has a direct influence on purchasing decisions. The type of research in this research uses quantitative methods. The data source used is data collected using a questionnaire.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia ini semakin meningkat, membuat persaingan diantara para pelaku usaha juga semakin ketat. Setiap tahunnya jumlah penduduk Negara Indonesia semakin meningkat. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan serta keinginan dari setiap individu. Hal tersebut merupakan peluang bagi setiap perusahaan untuk berinovasi serta berusaha memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing – masing. Salah satu industri yang cukup berkontribusi didalam pemenuhan kebutuhan konsumen dalam hal ini adalah industri food and beverage. Objek dalam penelitian ini adalah Jus Kode di wilayah pamulang. Salah satu produk minuman yang cukup menjadi trend di semua kalangan masa kini, karena Jus ini di sajikan dalam gelas ukuran besar dengan harga yang cukup terjangkau. Jus kode didirikan di tengah tren gaya hidup sehat yang sedang berkembang setelah adanya pandemi covid19, sehingga *awareness* dan demand disambut baik oleh banyak customer. Produk ini mampu menarik perhatian para konsumennya terkhususnya kalangan generasi milenial dari segi kualitas produk, kemasan, cita rasa, harga yang terjangkau, maupun strategi promosi yang digunakan di dalam memasarkan produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.

Menurut Saputro dan Kamal (2015) kajian keputusan pembelian sebuah produk sangat penting dilakukan dalam upaya meningkatkan profit usaha. Walaupun faktanya memang penjualan dan profit bisnis jus kode ini mengalami tren peningkatan dikalangan masyarakat, namun praktiknya dihadapkan kenyataan ketatnya persaingan jus khususnya di daerah pamulang. Jus kode dituntut untuk mampu mengoptimalkan pengelola sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar sehingga mampu memunculkan minat beli dan keputusan pembelian.

Peneliti tertarik melakukan penelitian di Jus Kode wilayah Pamulang dikarenakan dari segi kualitas produk sangat diperhatikan sekali mulai dari kualitas buah-buahan yang akan digunakan. Kelebihan dari Jus Kode ini adalah banyak pilihan rasa dan dapat di sajikan dengan gelas ukuran jumbo. Proses pengolahan Jus Kode menggunakan alat blender yang berbeda dengan penjual jus lain. sehingga rasa dan tekstur yang di hasilkan mengeluarkan cita rasa yang nikmat. Selain itu, Harga yang ditawarkan bermacam-macam namun dengan harga yang kompetitif dan terjangkau. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produknya secara berkala sehingga Jus Kode pamulang selalu ramai pengunjung. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Jus Kode di Pamulang”**

Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk (X)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilainya. Untuk meningkatkan kualitas produk pemilik usaha dapat menerapkan program “Total Quality Managemen (TQM)” selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Menurut John W. Mullins dan Orville C. Walker (2013:252), suatu produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memenuhi keinginan atau kebutuhan melalui penggunaan, konsumsi, atau akuisisi. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa produk adalah hasil akhir dari rangkaian proses produksi yang dapat berupa barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dikenal sebagai kualitas produk, yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Armstrong 2015:253). Berdasarkan definisi-definisi di atas, jelas bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Adapun konsep kualitas produk, pemasar harus menetapkan kualitas tertentu untuk produknya saat mengembangkannya karena kualitas produk menunjukkan kemampuan produk untuk melakukan fungsinya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang internal dan eksternal. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas diukur dengan cara pembeli menilai baik atau buruknya kualitas produk. (Kotler 2015:78)

Selain mempunyai konsep, kualitas produk juga mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk, sebagai berikut:(1).Fungsi suatu produk (2).Wujud luar produk (3).Biaya produk tersebut .

Selain itu kualitas produk juga mempunyai indikator-indikator kualitas produk, sebagai berikut:

- 1.Daya tahan produk
- 2.Keistimewaan produk
- 3.Keandalan produk
- 4.Kesesuaian dengan spesifikasi
- 5.Eстетika produk

Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli (Morrison, 2010). Keputusan pembelian akan terjadi apabila keinginan membeli atau minat beli sudah terkumpul. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan.

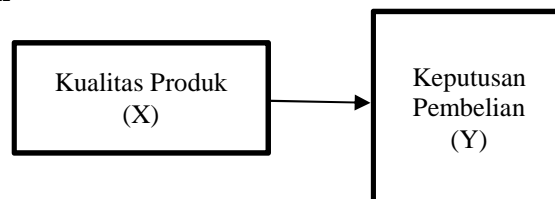
Carl Rogers mengatakan bahwa, menurut Kotler & Armstrong (2016:177), keputusan pembelian adalah konsep yang termasuk dalam perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:176), ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian model: (1) Pengenalan masalah; (2) Pencarian informasi; (3) Evaluasi opsi; (4) Keputusan pembelian; dan (5) Perilaku pasca pembelian.

Kotler (2005) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli sesuatu. Keputusan pembelian tidak dapat dipisahkan dari sifat konsumen (konsumen behaviour), sehingga setiap konsumen memiliki cara yang berbeda untuk melakukan pembelian.

Adapun indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong(2013), sebagai berikut:

1. Pilihan produk
2. Pilihan penyalur
3. Waktu pembelian
4. Jumlah pembelian
5. Metode pembayaran

Kerangka Pemikiran



Sedangkan hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Diduga variabel Produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada Jus Kode di Pamulang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di Jus Kode cabang Pamulang. Untuk penelitian ini, 100 responden dijadikan sampel menggunakan skala likert melalui pengisian kuisioner atau angket. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana, untuk mengambil sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata populasi.

(Sugiyono 2001:57) Uji Instrumen penelitian yang digunakan adalah Uji validitas dan Uji Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, Uji multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Koefisien Korelasi Berganda, Uji Regresi Linier Berganda, Uji koefisien Determinasi. Uji Hipotesis yang di gunakan yaitu Uji T (parsial) dan Uji F (silmutan).

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan banatuan Microsoft Office Excel 2013 dan software SPSS for windows versi 2.2, diperoleh data validitas menggunakan koefisien korelasi Pearson dan dikata- kan validjika rhitung>rtabel dengan ting- kat signifikan 5%.

Pengujian reliabilitas dilakukan de- ngan menggunakan Uji Aplha Cron- bach. Data dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0,6 hasil uji relia- bilitas data adalah sebagai berikut:

Table 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r- Hitung	r- Tabel	Sig	Status	Cronbach Alpha	Syarat	Status
Kualitas Produk (X)	X1	0,864	0,195	0,000	VALID	0,877	0,6	RELIABEL
	X2	0,822		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
	X3	0,801		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
	X4	0,768		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
	X5	0,852		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,747	0,195	0,000	VALID	0,734	0,6	RELIABEL
	Y2	0,814		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
	Y3	0,783		0,000	VALID		0,6	RELIABEL
	Y4	0,695		0,000	VALID		0,6	RELIABEL

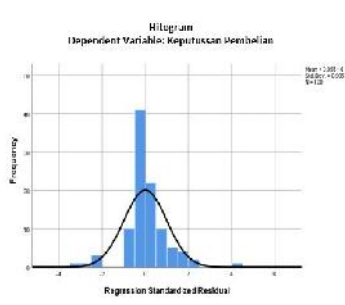
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2.2

Tabel 1

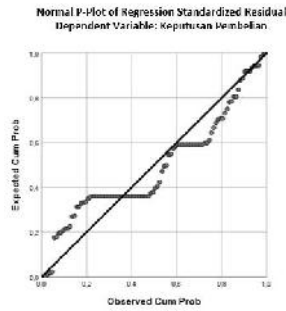
Dari Hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 1, di atas menunjukkan bagaimana semua variable pada Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian yang di peroleh hasil semua item adalah Valid. Karena memiliki nilai probabilitas (sig) kurang dari 0,5 dengan nilai r-Hitung lebih besar dari nilai r-Tabel. Sedangkan semua item instrumen memiliki nilai Alpha Cronbahch variabel X mempunyai nilai alpha sebesar 0,877 dan variabel Y mempunyai nilai alpha sebesar 0,734. Maka seluruh data dapat dinyatakan reliabel karena nilai Alpha > 0,6.

Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar diatas, Uji Normalitas Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Jus Kode di Pamulang, dapat dilihat bahwa data yang tersebar berada dekat disekitar garis tengah atau diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pola distribusi normal. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari Grafik P-P Plot , model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Tabel 2



Tabel 3

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Uji Multikolinearitas terhadap variabel Kualitas produk, dapat dilihat bahwa sesuai dengan dasar pengujian nilai Tolerance yang mana nilai tolerance harus berada diatas 0.10 dan dapat dilihat dari variabel Kualitas produk (X) terdapat nilai Tolerance yaitu 1.000 yang berarti berada di atas nilai 0.10. Begitupun dengan nilai VIF nya, berdasarkan penilaian yang ada bahwa jika nilai VIF berada di bawah 10.00 menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas, dan dalam hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel bahwa nilai dari VIF dalam variabel Kualitas produk dan Harga memiliki nilai VIF berjumlah 1.000 yang berarti berada dibawah nilai 10.00 jadi hal ini menyatakan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi multikolinearitas. Jadi dapat disimpulkan pada uji multikolinearitas bahwa dalam variabel Kualitas produk dan Harga tidak terjadi multikolinearitas.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.272	.450		2.825	.006		
	Kualitas Produk	.672	.044	.841	15.392	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4

Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada Jus kode di pamulang. Kuat atau tidaknya hubungan tersebut dapat diketahui dari hasil uji sebagai berikut:

Correlations

		Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 5

Berdasarkan tabel 5 yang menunjukkan hasil hitung uji korelasi jenis pearson product moment *Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2.2*. Dari uji tersebut bisa dilihat nilai signifikansi ialah 0,000 juga besar koefisien korelasi ialah 0,841. Maka dapat dikatakan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ bahwa adanya korelasi yang signifikan antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian, sedangkan dengan koefisien korelasi dengan nilai 0,841 memiliki arti bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Maka dengan perhitungan tersebut bisa disimpulkan bahwa H_1 : ada hubungan antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian, diterima. Sementara untuk H_0 : tidak ada hubungan antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian, ditolak.

Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.272	.450		2.825	.006		
	Kualitas Produk	.672	.044	.841	15.392	.000	1.000	1.000

a. Dependen Variabel : keputusan pembelian

Uji Parsial bertujuan untuk melihat apakah variable independen masing – masing memiliki pengaruh terhadap variable dependen (Ghozali, 2018 :98). Variabel independen akan dapat dikatakan berpengaruh jika t- hitung >t-tabel dan sig <0,005.

Jika nilai sig < 0.005 atau nilai t-hitung >t-tabel, maka terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y. Jika nilai sig > 0,005 atau nilai t-hitung < t-tabel maka tidak terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y.

Uji F [Simultan]

Jika nilai sig < 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y.

Jika nilai sig > 0,05 maka secara simultan tidak terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y.

a. Dependen Variabel : Keputusan Pembelian.

b. Predictors : (Constant), keputusan pembelian.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	861,835	1	861,835	198,470	,000 ^b
	Residual	425,555	98	4,342		
	Total	1287,390	99			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada jus kode di pamulang, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jus kode pamulang. dengan kualitas produk yang baik maka kualitas produk yang dihasilkan akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jus kode pamulang. Harga sangat berhubungan dengan keputusan pembelian jika harga yang diberikan oleh jus kode kepada konsumen bisa diterima, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Kualitas produk dan harga bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen jus kode pamulang. semakin baik kualitas produk dan harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosselivia, V., & Ekowati, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 3(2), 99-108.
- Syahbudin, R., Tumbel, T. M., & Punuindoong, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani. *Productivity*, 4(6), 717-723.
- Politon, O., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Productivity*, 1(1), 58-62.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.
- Alifisyah, T. M., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI COFFEE SHOP GUDANG SEDUH SENDURO KABUPATEN LUMAJANG. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 17(1), 52-58.
- Tj, H. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate*, 5(12), 1566-1575.