PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK "KAPAL API" DI KEC. NGADILUWIH KAB. KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Disusun oleh :

BAYU BAKTI PRANATA

NPM :11.1.02.02.0123

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi Oleh :

BAYU BAKTI PRANATA

NPM : 11.1.02.02.0123

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK "KAPAL API" DI KEC. NGADILUWIH KAB. KEDIRI

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian /Sidang Skripsi Program

Studi Manajemen FE UNP Kediri

Tanggal:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami	**Rony Kurniawan, SE. M.M**
NIDN 0716086403	**NIDN 0730076804**

Skripsi Oleh :

BAYU BAKTI PRANATA

NPM : 11.1.02.02.0123

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK "KAPAL API" DI KEC. NGADILUWIH KAB. KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian / Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri Pada Tanggal : 13 September 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Sri Aliami
2. Penguji I : Dr. Subagyo
3. Penguji II : Rony Kurniawan, S.E, M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo
NIDN 0717066601

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK "KAPAL API" DI KEC. NGADILUWIH KAB. KEDIRI

Bayu Bakti Pranata

NPM : 11.1.02.02.0123

Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen

BayuBaktiPranata21@gmail.com

Dr. Subagyo dan Rony Kurniawan, S.E, M.M

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan, secara umum tujuan perusahaan jangka pendek adala untuk mencapai laba yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas yang dimili secara efektif dan efisien. Sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kualitas Produk, Kemasan dan Harga diharapkan mampu meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecaman Ngadiluwih. (2) Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Ngadiluwih.

Penelitian ini menggunakan penelitian survey, yaitu peneliti mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data. Pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diteliti adalah sebanyak 68 orang, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik asidental sampling.

Data yang terkumpul yang berasal dari data primer dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS(statitical program for social science)

Berdasrkan hasil penelitian dan analisis data disimpulkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api. (2) Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api. (3) Harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api. (4) Kualitas produk, kemasan dam harga secara simultan bepengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api,

Dari penjelasan di atas peneliti menyarankan. (1) Bagi perusahaan harus terus melakukan inovasi dan keragaman dari produknya. (2) Bagi peneliti selanjutnaya diharapkan peneliti dapat mengembangkan penelitian ini, karena masih ada pengaruh variabel di luar variabel yang ada dalam penelitian ini sebesar 8%, maka hasil penelitian ini dapat menjadi bahan lanjuta penelitian dengan memasukkan variabel alin selain variabel yang sudah dimasukkan dlam penelitian ini

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kemasan,Keputusan Pembelian

BAB I

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi dan seiring dengan perkembangan zaman perusahaan dituntut untuk cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, perusahaan mencoba selalu memahami kebutuhan kosumen agar mendapatkan tempat dibenak konsumen. Perkembangan teknologi tersebut membawa dampak bagi masyarakat umum sekaligus membentuk perilakunya. Masyarakat dituntut menjadi aktif dan dinamis untuk mendapatkan suatu produk. Hal tersebut ditunjukan dengan munculnya *coffee mix* (kopi dicampur gula) dalam bentuk sachet. Konsumen tetap bisa menikmati kopi seperti biasa tanpa perlu membawa kopi dan gula. Melainkan cukup membawa satu sachet *coffee mix* dalam saku.

Kualitas produk terhadap Keputusan konsumen selain mempertimbangkan harga konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan di beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang di terima. Produk menurut Tjiptono (2009:95) adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagi usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsume, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Dengan kualitas produk yang baik akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk.

Kotler & amstrong (2008), mengatakan bahwa "kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing". Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dibandingkan perusahaan lain.

Kemasan telah menjadi salah satu titik kombinasi dari proses pemasaran, periklanan, dan *merchandishing*. Peranan kemasan merupakan salah satu alat pemasaran yang dapat membeikan pelayanan sendiri, yaitu menyebutkan ciri-ciri produk untuk menyakinkan konsumen guna melakukan keputusan pembelian dan memberikan kesan yang menguntungkan. Kemasan yang baik dapat meningkatkan kemakmuran konsumen berarti konsumen bersedia untuk membayar lebih mahal demi penampilan, kemudahan, ketergantungan dan *pretice* dari kemasan yang yang lebih baik. Menurut Alma (2005:11) "Pembungkusan merupakan kartu yang disebarkan beribu-ribu kali, maksudnya adalah pembungkusan atau kemasan merupakan wajah dari suatu produk sebagai identitas dan alat promosi yang akan disebarkan diberbagi tempat".

Harga merupakan salah satu atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini

akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merek yang tersedia di pasar, sehingga konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Namun konsumen yang loyal terhadap merek yang disukainya mungkin tidak akan beralih ke merek yang lain. Menurut Kotler danAmstrong (2001), harga "sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa".

Pada akhir-akhir ini masyarakat di Kecamatan Ngadiluwih sangat gemar sekali mengkonsumsi kopi, dari situ saya ingin mengetahui apakah keputusan pembelian masyarakat akan produk tersebut hanya berdasarkan ikut-ikutan saja, ataukah memang mansyarkat benar-benar mempertimbangkan kualitas rasa, kemasan, dan harga dari produk tersebut

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis " Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kapal Api" (Study Kasus di Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebutt, maka masalah tersebut dapat di identifikasikan senagai berikut :

1. Banyak pembeli yang sering ganti produk sejenis
2. Pembeli menginginkan kemasan yang sehat dan menarik
3. Pembeli saat membeli mengharapkan cita rasa produk yang sesuai dengan selera
4. Merek terkenal mempengaruhi keputusan pembelian
5. Pembeli cenderung sensitif pada harga

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan dan memfokuskan kajian penelitian dalam penelitian ini hanya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ditinjau dari aspek kualitas produk, atribut produk, terutama pada kemasan dan Harga. Adapun subjek dari penelitian ini yakni konsumen kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Ngadiluwih pada periode 2015.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas peneliti merumuskan suatu masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api"?
2. Bagaimana pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api"?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api"?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kemasan, dan harga secara

signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api" di Kecamatan Ngadiluwih?

E. Tujuan Penelitian

Berdasartkan rumusan masalah mengetahui :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api" di Kecamatan Ngadiluwih.
2. Pengaruh Kemasan Produk terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api" di Kecamatan Ngadiluwih.
3. Harga Produk terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api" di Kecamatan Ngadiluwih.
4. Pengaruh kualitas produk, kemasan produk dan harga terhadap keputusan pembelian kopi saset merek "Kapal Api" di Kecamatan Ngadiluwih.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai Kualitas Produk, Atribut Produk, dan Harga terhadap keputusan konsumen membeli suatu produk.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen (Masyarakat)

Untuk memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan masyarakat (konsumen) dalam keputusan pembelian produk.

b. Bagi Perusahaan Kapal Api

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu masukkan untuk meningkatkan omzet penjualan dari aspek kualitas produk, atribut produk, dan harga.

c. Bagi Peneliti

Selanjutnya sebagai bahan kajian terkait dengan kualitas produk, atribut produk, dan harga terhadap keputusan konsumen memilih produk.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitanya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidank mengetahui tentang yang ada di dalam pikiran seorang

konsumenpada waktu sebelu, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Menurut Asih (2008), menyatakan bahwa :

2. Indikator Keputusan Pembelian

MenurutAlma (2005:96) terdapat beberapa dimensi dari keputusan pembelian antara lain :

1) Dorongan untuk Membeli
2) Motif-motif pembelian *(Buying Motive)*
3) *Buying Habits* (Kebiasaan Membeli)
4) Konsumen dan Keputusan Membeli

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Produk

"Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen"

1. Pengertian Kualitas Produk

"Kualitas produk adalah kemampuan suatu produkuntuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya". Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas baik.

2. Indikator Kualitas Produk

Tjiptono (2008:25), untuk menentukan kualitas produk, terdapat beberapa dimensi, antara lain :

a) Ciri-ciri keistimewaan tambahan *(features)*
b) Kesesuaian dan spesifikasi *(Conformance to Spesification*
c) Daya tahan *(Durability*
d) Kualitas yang dipersepsikan *(Perceived Quality)*

C. Kemasan

1. Pengertian Kemasan

Menurut Kotler (1995 : 200) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk.

2. Fungsi Kemasan

Menurut Winardi (1993 : 203) fungsi kemasan adalah :

a) Untuk melindungi benda perniagan yang bersangkutan terhadap kerusakan-kerusakan dari saat di produksinya sampai saat benda tersebut di konsomsi
b) Untuk memudahkan pengerjaan dan penyimpanan benda-bendaperniagaan tersebut. Oleh para perantara dan para konsumen.

c) Guna menjual produk yang bersangkutan.

3. Syarat-Syarat Kemasan

Menurut Winardi (1993 : 204) pertanyaan yang perlu dipertimbangkan dalam hubungannya dengan pengemasan antaranya adalah :

a. Dari sejumlah besar bahan kemasan yang tersedia bahan manakah yang paling baik di gunakan untuk menonjolkan wajah produk yang dihasilkan.
b. Warna, desain, bentuk serta ukuran-ukuran kemasan yang harusdigunakan.
c. Rancangan sebuah kemasan yang dapat mempermudah penggunaan produk
d. Apakah dapat di rancang sebuah kemasan di lihat dari fungsi sehinggakemasasn itu dapat dipakai untuk tujuan lain
e. Pertimbangan perancangan kemasan untuk momen tertentu misalnya untuk hadiah

4. Indikator Kemasan

Menurut (Kotler 2000:418) indikator kemasan adalah

1. Sebagai tempat
2. Pembungkus yang menarik
3. Dapat melindungi
4. Praktis

D. Harga

1. Pengertian Harga

Harga menurut Kotler & Amstrong (2001) adalah :

"Sejumlah uang yang ditukarkan untuksebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untukjumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa".

2. Indikator Harga

Indikator yang mencirikan harga yaitu, (Kotler dan Amstrong, 2001) :

a. Mencegah atau mengurangi persaingan
b. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*
c. Mencapai target pembelian investasi
d. Mencapai laba maksimal.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tabel Peneliti Terdahulu

Pengarang	Topik Penelitian	Metode	Hasil/ Kesimpulan	persamaan	perbedaan
Pratiwi (2010)	Analisis pengaruh Kualitas produk, Merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter Z (pada daler Yamaha Flag Ship Shop Pemuda Semarang)	Regresi linier berganda	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, Merek dan harga terhadap keputusan konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter Z	Memiliki dua veriabel X yang sama yaitu kualitas produk dan harga serta memiliki metode penelitian yang sama	Memiliki satu variabel X yang berbeda yaiti Merek dan memiliki obyek penelitian yang berbeda, serta memiliki subyek penelitian yang berbeda
Iswayanti (2010)	Analisi pengaruh Kualitas produk, Harga dan Tempat terhadap keputuan pembelian Rumah Makan Soto Angkringan Mas Boed di Semarang	Regresi linier berganda	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian di rumah makan Angkringan Mas Boed di Semarang	Memiliki dua variabel X yang sama yaitu Kualitas produk dan Harga, serta memiliki metode penelitian yang sama	Memiliki satu variabel X yang berbeda yaitu Kualitas Layanan dan Obyek peneletian yang berbeda, serta memiliki penelitian yang berbeda
Bala (2010)	Pngaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen terhadap	Regresi linier berganda	Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen namun	Memiliki dua variabel X yang sama yaitu Kualitas produk dan Harga, serta memiliki metode penelitian	Memiliki satu variabel X yang berbeda yaitu kepercayaan,yang berbeda serta memiliki penelitian yang berbeda

	produk perdana IM3		variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	yang sama	

F. Kerangka Berpikir dan Konseptual

1. Kerangka berpikir

a. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan konsumen, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya kualitas produ yang baik maka akan terbentuk kesetiaan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Bala (2010) menyatakan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

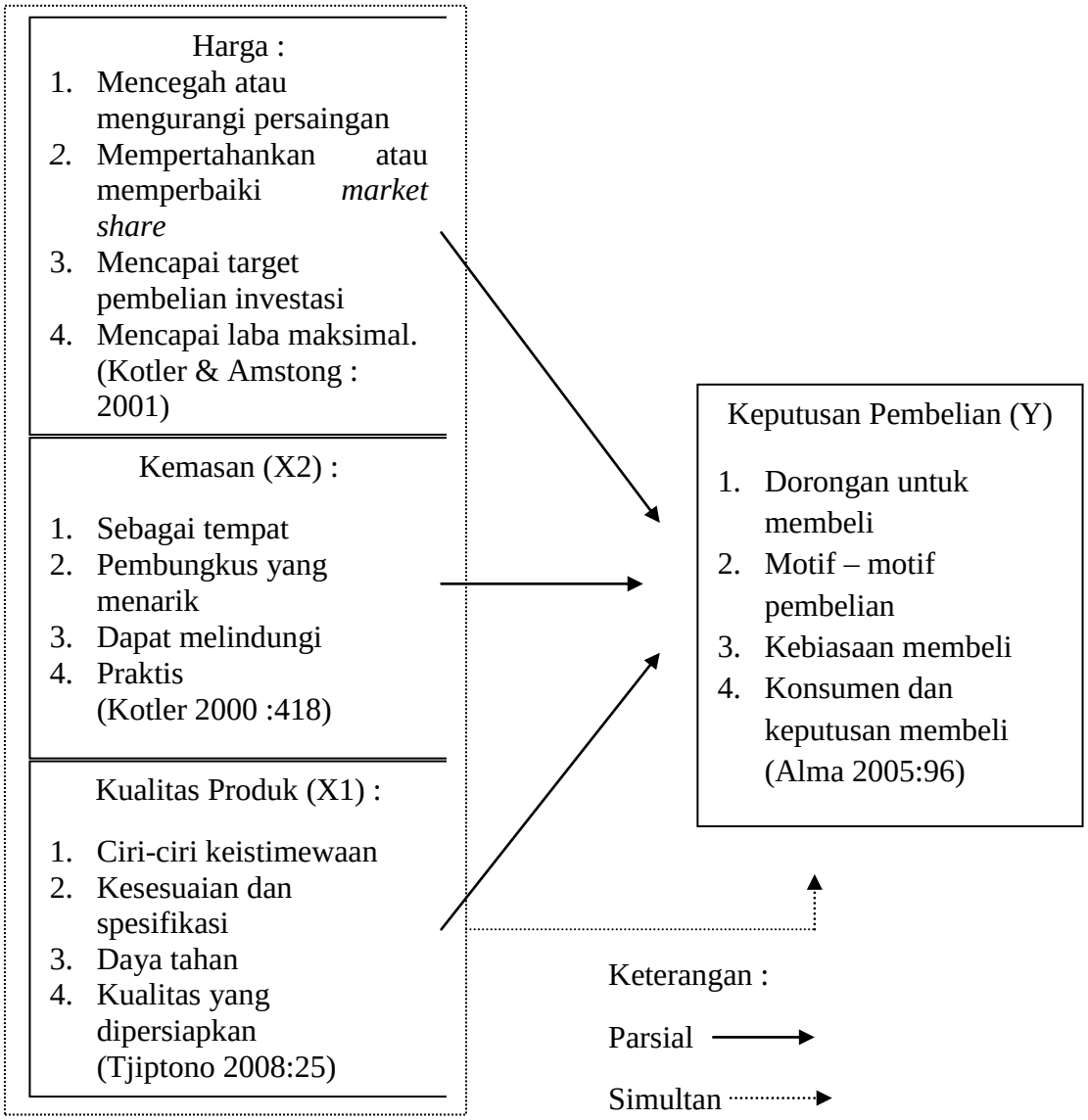
b. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila harga sudah timbul antara konsumen dan perusahaan , maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. dengan adanya harga yang kuat dari konsumen maka akan membentuk keputusan pembelian konsumen yang baik. Penelitian yang dilakukan oleh iswayanti (2010) menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan dan positif antara harga dan keputusan pembelian.

c. Hubungan Merek terhadap Keputusan Pembelian

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimanan keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. merek dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan adanya merek konsumen maka akan dpat menciptakan loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan pratiwi (2010) menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan dan positif antara merek dan keputusan pembelian

2. Kerangka Konseptual



G. Hipotesis

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kopi saset Kapal Api
2. Kemasaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kopi saset Kapal Api
3. Harga berpengaruh terhadap signifikan konsumen membeli kopi saset Kapal Api
4. Kualitas Produk, Kemasan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada keputusan konsumen membeli kopi saset Kapal Api

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (X1)

Variabel bebas merupakan varibel yang mampu berdiri sendiri, tanpa adanya ikatan dari variabel lain dan bahkan mampu mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas inia adalah kualitas produk, kemasan dan harga.

b. Variabel Terikat (X2)

Variabel terikat merupakan variabel yang keberadaanya dipengaruhi oleh variabel lain atau tidak bisa berdiri sendiri. Variabel terikat dalam dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

2. Pendekatan Penelitian

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Ngadiluwih terdiri atas desa Ngadiluwih.

2. Waktu

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan, dimulai dari bulan april-agustus 2015. Waktu empat bulan tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan penelitian, mulai persiapan, pembuatan instrumen penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80), populasi memiliki pengertian sebagai, “wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristiktertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

2. Sampel

Sampel, menurut Sugiyono (2012:109), adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, sedangkan angket yang kembali adalah 68. Jumlah ini ditetapkan berdasarkan rumus Slovin sebagi berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^{\wedge}2}$$

n = *Number of sample* (jumlah sampel)

N= *Total Population* (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error Tolerance (toleransi terjadinya kesalahan) disini digunakan e sebesar 10 %

^2 = Pangkat dua

E. Instrumen Penelitian dan Pengujian Intrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data (Arikunto, 2005:151). Dalam penelitan ini, peneliti menggunakan instrumen yakni berupa angket (kuisioner) dan check list. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasidari responden dalam arti laporan tentang pribadinya (Arikunto 2000:140).

2. Pengujian Intrumen

Pengujian instumen dilakukan untuk mengetahui kualitas intrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang baik harus memenuhi persyaratan penting yaituvalid dan reabel. Oleh karena itu, amgkat harus diuji kevaliditasan dan kereabilitasan terlebih dahulu sebelum digunakan

3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2012:225), pengumpulan data didasarkan pada dua jenis data, yaitu data primer adalah data yang dapat langsung dari sumber pertama yang memberikan data kepada pengumpul. Kemudian data sekunder adalah data yang berasal dari sumber internal (data yang diambil dari dalam perusahaan) dan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer.

1. Teknik Analisis Data

2. Analisis Deskriptif

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

2) Uji Heteroskedastisitas

3) Uji Asumsi Autokorelasi

4) Uji Normalitas

b. Analisis Persamaan Linier Berganda

4. Analisi Koefisiien Determinasi $(\boldsymbol{R^2})$

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

b. Uji simultan

c. Uji Asumsi Klasik

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Kopi Saset Kapal Api

PT Kapal Api pertama kali membuka usaha pabrik kopi pada 1927 secara kongsi dengan Go Bie Tjong dan Go Soe Bie. Ketiga orang yang masih bersaudara itu mendirikan pabrik pengolahan kopi di kawasan Surabaya, dengan jumlah pegawai sekitar 1.500 orang. Produk kopi bubuk itu dijual keliling kampung menggunakan pikulan kayu dan sepeda yang dulu sering berjualan di sekitar pelabuhan tanjuk perak Surabaya yang melayani para pelaut yang sedang bersandar dipelabuhan.

Namun akhirnya Hap Hoo Tjan bangkrut pada 1981. Di sisi lain, pada 1979 Soedomo mendirikan perusahaan baru bersama saudaranya, Indra, yakni PT Santos Jaya Cofee Company. Ketika Hap Hoo Tjan dinyatakan bangkrut, justru PT Santos Jaya Abadi yang berkembang. "Itu perusahaan yang didirikan bersama dari awal, bukan warisan dari orang tuanya.

B. Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Nomor Item	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Kualitas Produk (X1)	1	0,431	0,235	0,000	Valid
	2	0,802	0,235	0,000	Valid
	3	0,798	0,235	0,000	Valid
	4	0,798	0,235	0,000	Valid
	5	0,742	0,235	0,000	Valid
	6	0,903	0,235	0,000	Valid
	7	0,572	0,235	0,000	Valid
	8	0.664	0,235	0,000	Valid

Kemasan (X2)	1	0,627	0,235	0,000	Valid
	2	0,742	0,235	0,000	Valid
	3	0,398	0,235	0,000	Valid
	4	0,745	0,235	0,000	Valid
	5	0,738	0,235	0,000	Valid
	6	0.663	0,235	0,000	Valid
	7	0,398	0,235	0,000	Valid
	8	0,663	0,235	0,000	Valid
Harga (X3)	1	0,751	0,235	0,000	Valid
	2	0,708	0,235	0,000	Valid
	3	0,894	0,235	0,000	Valid
	4	0,578	0,235	0,000	Valid
	5	0,545	0,235	0,000	Valid
	6	0,708	0,235	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,544	0,235	0,000	Valid
	2	0,823	0,235	0,000	Valid
	3	0,807	0,235	0,000	Valid
	4	0,807	0,235	0,000	Valid
	5	0,767	0,235	0,000	Valid
	6	0,544	0,235	0,000	Valid
	7	0,823	0,235	0,000	Valid
	8	0,807	0,235	0,000	Valid

Sumber : data primer yang *diolah peneliti, 2015*

C. Uji Asumsi Klasik

Tabel
Pengujian Multikolinearitas

Coefficients[a]

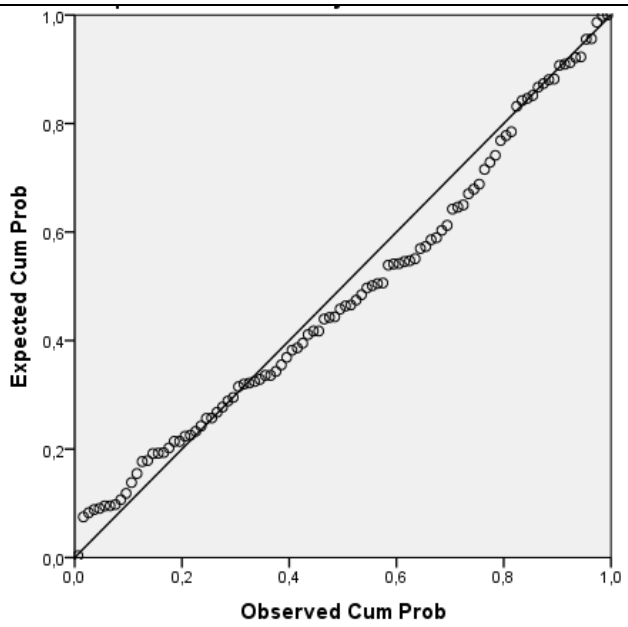
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,138	1,273		1,679	,048		
	kualitas produk	1,276	,137	1,342	9,334	,000	,055	8,185
	kemasan	-,929	,111	-1,147	-8,360	,000	,060	6,556
	harga	,788	,092	,721	8,598	,000	,162	6,179

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Uji Normalitas

Normal P-*P Plot Of Regression Standardized* Residual

***Dependent Variabel* : Keputusan Pembelian**



Gambar

Hasil Uji Normalitas

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik *normal probability plot of regression standardized* menunjukan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,138	1,273
	kualitas produk	1,276	,137
	kemasan	-,929	,111
	harga	,788	,092
a. Dependent Variable: keputusan pembelian			

Sumber : Output SPSS

$$Y = 0{,}402X_1 + 0{,}285X_2 + 0{,}349X_3$$

D. Pembahasan

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian**
2. **Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian**
3. **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**
4. **Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai kualitas produk, kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Ngadiluwih kab. Kediri, maka dapt ditarik kesimpulan :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Ngadiluwih. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas produk meningkat, maka terjadi peningkatan pada keputusan pembelian.

2. Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Ngadiluwih. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas produk meningkat, maka terjadi peningkatan pada keputusan pembelian.

3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal api di Kecamatan Ngadiluwih. Menunjukkan bahwa faktor harga meningkat satu, maka akan menurunkan keputusan pembelian dan sebaliknya jika faktor harga menurun satu maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal api di Kecamatan Ngadiluwih.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Bagi Perusahaan**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, PT Santos Jaya Abadi khususnya produk Kapal Api terus melakukan dan meningkatkan inovasi terhadap produknya. Seperti meningkatkan inovasi dan varian pada kualitas produknya

sehingga produk yang dijual menjadi yang pertama dalam memasarkan produk baru di pasaran, meningkatkan desain kemasan agar lebih menarik lagi dan memperhitungkan kembali harganya, sehingga dapat tercipta keputusan pembelian yang meningkatkan dan jumlah konsumen kopi saset merek kapal Api bertambah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama. Diharapkan peneliti seelanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, karena masih ada pengaruh dari variabel luar yang ada dalam penelitian ini yakni sebesar 8%, maka hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan dalam penelitian ini, seperti selera konsumen, promosi dan ekuitas merek.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari.2005. *Analisa regresi.* CV. BPFE, Yogyakarta.

Arikunto, S. 2002. *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik.* PT. Rineka Cipta: Jakarta

Alma, Buchari. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa.* Bandung : Alfabeta

Arikunto, S. 2006. *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik.*Edisi revisi VI. PT. Rineka Cipta: Jakarta

Assuri, Sofjan. 2007. *Manajemen pemasaran.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan program SPSS.* Univ. Diponegoro, Semarang

Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate dengan program SPSS.* Edisi 3 Univ. Diponegoro, Semarang

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol.* Jilid 2.PT. Prenhalindo : Jakarata

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2000. *Prinsip-prinsip pemasaran.* Jilid I, Erlangga:Jakarta.

Kotler, Philip.2000. *Manajemen pemasaran.* Erlangga; Jakarta

Kotler, P dan Susanto, A.B>2002. *Manajemen pemasaran di Indonesia.* Buku 2. Salemba Empat: Jakarta

Kotler. Philip. 2005. *Pemasaran Strategi.* Alfabeta : Bandung

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2008. *Manajemen pemasaran.* Jilid I ed.13, Erlangga : Jakarta

Lupiyadi, Rambat dan Hamdani, 2006. *Manajemen pemasaran jasa.* Jakarta : Salemba Empat.

Arumsari, Dheany.2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Study pada konsumen toko Bhakti mart KPRI Bhakti praja provinsi jawa tenganh).* Skripsi Universitas Dponegoro Semarang.

Reza, Aditya.2008. *Analisi Pengaruh Desain Kemasan Pouch Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Teh Botol Sosro (study kasus pada PT. Sinar Sosro KPP Garut).* Skripsi Universitas Islam Negeri Syarifa Hidayattul Garut.

Imelda, Rosaline.2008. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Slimming Tea Produksi PT. Mustika Ratu.* Skripsi Universitas Bima Nusantenggara, Jakarta.

Sugiyono.2012, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif* dan R&D. Cetakan ke-17. CV. Alfabeta: Bandung

Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra dan Anastaasia Diana. 2004. *Marketing Scales.* Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi pemasaran,* Andi, Yogyakarta.

Winiardi.2002. *Sejarah Perkembangan dalam Bidang Manajemen.* Maju Mundur: bandung.