JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOPI SASET CAP "KAPAL API" DI KECAMATAN KRAS KABUPATEN KEDIRI

EFFECT OF QUALITY PRODUCTS, PACKING, AND CONSUMER PRICE ON PURCHASE DECISION ON COFFEE sachets CAP "SHIP API" IN THE DISTRICT DISTRICT KRAS KEDIRI

OLEH :

NURMAN ADRI SATRIYO
NPM :11.1.02.02.0397

Dibimbing oleh:

1. Ema Nurzainul Hakimah, SE. M.M
2. Dr. Hamzah Gunawan

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : NURMAN ADRI SATRIYO
NPM : 11.1.02.02.0397
Telepun/HP : 082299776646
Alamat Surel (Email) : -
Judul Artikel : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOPI SASET CAP "KAPAL API" DI KECAMATAN KRAS KABUPATEN KEDIRI
Fakultas – Program Studi : EKONOMI – MANAGEMENT
Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi : Alamat, : Jl Kh Achmad Dahlan 76 Mojoroto.

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tuliS merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 8 Februari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Ema Nurzainul Hakimah, SE,. M.M NIDN 0727127801	Dr. Hamzah Gunawan NIDN 0520115901	Nurman Adri Satriyo NPM 11.1.02.02.0397

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOPI SASET CAP "KAPAL API" DI KECAMATAN KRAS KABUPATEN KEDIRI

NURMAN ADRI SATRIYO
NPM. 11.1.02.02.0397
FE – Manajemen
Ema Nurzainul Hakimah, SE. M.M[1] dan Dr. Hamzah Gunawan[2]
Email:
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan, secara umum tujuan perusahaan jangka pendek adalah untuk mencapai laba yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas yang dimiliki 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 konsumen pada kopi saset cap Kapal Api di Kecaman Kras. (2) Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada kopi saset cap Kapal Api di Kecamatan Kras.

Penelitian ini menggunakan penelitian teknik penelitian yang digunakan adalah observasi yaitu merupakan pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diteliti adalah sebanyak 68 orang, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik accidental 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*).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data parsial uji *t* dan silmutan uji *f* disimpulkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset cap Kapal Api. (2) Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset cap Kapal Api. (3) Harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian kopi saset cap Kapal Api. (4) Kualitas produk, kemasan dan harga secara simultan bepengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset cap Kapal Api.

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

I. LATAR BELAKANG

Kualitas produk terhadap keputusan konsumen selain mempertimbangkan harga konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang mereka terima. Produk menurut (Tjiptono2009:95) 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.

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 dan Amstrong 2001:439), "harga" adalah "sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa".

Pada akhir-akhir ini masyarakat di kecamatan Kras Kabupaten Kediri sangat gemar sekali mengkonsumsi kopi, dari situ saya ingin mengetahui apakah keputusan pembelian masyarakat akan produk tersebut hanya berdasarkan ikut-ikutan saja, ataukah memang masyarkat 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 Pembelian Konsumen pada Kopi Saset Cap Kapal Api**" (Study Kasus di Kecamatan Kras, Kabupaten. Kediri).

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi. observasi yaitu merupakan pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan 2004:104).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Dengan demikian, peneliti menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif karena pembahasannya menggunakan analisa pengumpulan data yang berbentuk angka-angka. Menurut Sugiyono (2012: 07), "pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik".

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Kras 2.400 orang.

Dalam mengambil sampel, peneliti menggunakan *porposive random sampling*. Setelah dibagikan secara acak sesuai pertimbangan tersebut dari 100 kuisioner yang dibagikan hanya 68 yang kembali dan memenuhi syarat untuk diolah lebih lanjut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah *uji-t* dan *uji-F*.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,138	1,273		1,679	,098
	kualitas produk	1,276	,137	1,342	9,334	,000
	Kemasan	-,929	,111	-1,147	-8,360	,000
	Harga	,788	,092	,721	8,598	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616,811	3	205,604	271,821	,000[b]
	Residual	48,409	64	,756		
	Total	665,221	67			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), harga, kemasan , kualitas produk

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

   Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada kopi sase cap Kapal Api di Kecamatan Kras. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh pelanggan. Semakin baik presepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka hal ini akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

   Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu Suti (2010) yang menemukan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

   Kemasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada kopi saset cap Kapal Api di Kecamatan Kras. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan bahwa secara

parsial Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemasan merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap Kemasan, maka hal ini akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu Hutagol (2013) yang menyatakan bahwa kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada kopi saset cap Kapal Api di Kecamatan Kras. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, dalam arti bahwa semakin sesuai antara harga dengan kualitas produk dan semakin kompetitif harga dengan produk, maka hal ini akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu Noviandri (2010) menemukan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, kemasan dan harga memilki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Disamping itu, nilai signifikan uji F sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari pada taraf signifikan yang telah ditetapkan sebesar 0,05%

Berdasarkan perhitungan di atas, membuktikan Ho ditolak sedangkan Ha diterima atau dengan kata lain secara serempak (simultan) kualitas produk, kemasan, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien detrminasi *(R Square)* sebesar 92% dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu Hutagol (2013) bahwa kualitas produk , kemasan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

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

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Kras.
2. Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal Api di Kecamatan Kras.
3. Harga berpengaruh signifikan dan negartif terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal api di Kecamatan Kras.
4. Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian kopi saset merek Kapal api di Kecamatan Kras.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Akdon & Riduwan, 2004, Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cet 2, Alfabeta,

Buchari Alma, 2005, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, cetakan kelima, edisi revisi, Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Fandy Tjiptono. 2009. Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta

Kotler, Amstrong. 2005. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*: Penerbit Alfabeta.