JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHANGHAI GANGSAR

EFFECT OF QUALITY PRODUCTS, PACKAGING, AND PRICE ON PURCHASE DECISION SHANGHAI PRODUCTS GANGSAR

Oleh:

KRISTIANA DIARAWATI
NIM: 12.1.02.02.0098

Dibimbing oleh :

1. Ema Nurzainul H.,M.M.
2. Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M.

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Kristiana Diarawati
NPM	:	12.1.02.02.0098
Telepon/HP	:	085 749 848 683
Alamat Surel (Email)	:	kristianadiarawati@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shanghai Gangsa
Fakultas – Program Studi	:	Fakultas Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	:	Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 kediri

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, 10 Februari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Ema Nurzainul H.,M.M. NIDN. 0727127801	Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M. NIDN. 0721088505	Kristiana Diarawati 12.1.02.02.0098

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHANGHAI GANGSA

Kristiana Diarawati
12.1.02.02.0098
Fakultas Ekonomi – Manajemen
kristianadiarawati@gmail.com
Ema Nurzainul H.,M.M. dan Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah makanan ringan seakan menjadi kebutuhan pokok oleh para konsumen. Bisa sebagai pendamping makanan pokok atau hanya sebagai teman di saat sedang santai. Ketatnya persaingan antar perusahaan khususnya industri pangan, membuat perusahaanuntuk meningkatkann produktifitas perusahaan dalam hal mendapatkan bahan baku dan pendistribusian hasil produksi. Selain itu produk yang berkualitas dengan harga bersaing dan kemasan yang menarik merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh variabel x secara parsial terhadap keputusan pembelian (2) pengaruh variabel x secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Shanghai Gangsar.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas produk, kemasan, dan harga, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *random simple* dengan rumus Slovin diperoleh 61 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik. Penganalisisan data menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 21.

Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji secara simultan (uji F) menunjukkan varibel bebas (kualitas produk, kemasan, dan harga) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien 0,692. dengan demikian menunjukkan bahwa adalah kualitas produk, kemasan, dan harga dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 69,2% dan sisanya yaitu 30,8% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dapat disarankan bagi perusahaan diharapkan untuk bisa mempertahankan hal tersebut bahkan ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya.

KATA KUNCI : kualitas produk, kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman membuat peluang dan tantangan bisnis semakin berkembang. Terutama dalam hal makanan dan minuman, karena masyarakat Indonesia tergolong konsumtif. Tidak hanya makanan pokok, makanan ringan juga sangat diminati di berbagai kalangan.

Makanan ringan seakan menjadi kebutuhan pokok oleh para konsumen.

Bisa sebagai pendamping makanan pokok atau hanya sebagai teman di saat sedang santai. Salah satu produk makanan ringan yang hingga saat ini masih digemari adalah shanghai gangsar.

Keputusan pembelian merupakan suatu motif yang timbul dari dalam diri seseorang untuk membeli suatu produk barang atau jasa untuk konsumsi pribadi. Kotler (2012:234), juga mengatakan bahwa "keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk". Pada level ini konsumen akan mencari informasi tentang sebuah produk, yaitu meliputi harga, kemasan, kualitas produk, dan citra produk ataupun perusahaan.

Dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat diterima dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Hal ini senada dengan pendapat dari Kotler dan Amstrong (2012: 350), bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2012:343), masalah mengenai kemasan dari suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya tim pengembangan produk baru, karena kemasan yang inovatif bisa memberi manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan. Kemasan yang cukup menarik dan memiliki ciri khas serta ukuran kemasan shanghai gangsar yang memiliki banyak pilihan mempermudah para konsumen untuk dapat memilih sesuai kebutuhanya.. Selain itu dari hasil penelitian Akrom (2013), menyatakan bahwa kemasan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena kemasan yang inovatif, kreatif dan unik bisa memberi manfaat kepada perusahaan dan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya..

Bukan hanya itu, harga juga merupakan hal penting guna menunjang keputusan pembelian pada perusahaan karena harga, merupakan jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat–manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2012:439). perusahaan dalam artian merupakan pendapatan.

Dalam hal ini pemasar harus memperhatikan kepekaan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, apakah konsumen tersebut termasuk konsumen yang snop atau yang sangat sensitif harga, atau konsumen yang smart, yang membeli produk tidak hanya memandang harga tapi lebih kepada kualitasnya..

Produk yang paling berkualitas, dengan kemasan yang unik dan kreatif dan harga yang sesuai merupakan stimulus yang dapat mempengaruhi keputusan membeli..

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Shanghai Gangsar. Shanghai Gangsar merupakan salah satu makanan ringan berbahan dasar kacang. Kacang Shanghai Gangsar terbuat dari bahan berkualitas yang diproses dan di kemas dengan mesin bertehnologi tinggi. Kacang Shanghai Gangsar hadir dengan citra rasa yang gurih dan renyah, aman dan halal sangat cocok menemani saat santai. Saat ini produk shanghai gangsar semakin beragam dan terdapat berbagai varian rasa. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil Shanghai Gangsar sebagai objek penelitian yang ada di Kecamatan Ngunut.

Perusahaan Kacang Shanghai Gangsar merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi makanan ringan berupa kacang shanghai dan kacang telur. Perusahaan ini bisa kita katakan terus-menerus, karena perusahaan ini berdiri sejak tahun 1981 hingga sekarang ini tahun 2016 dan selalu berusaha menjaga kesuksesan produksinya agar terus berjalan dan juga semakin meningkat serta meluas daganganya. Selain itu produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian yaitu "Pengaruh Kualitas Produk,

Kemasan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shanghai Gangsar**".**

II. METODE

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu: variabel terikat adalah keputusan pembelian. Variabel bebas adalah kualitas produk, kemasan dan harga

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, karena data dalam penelitian ini diwujudkan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini teknik yang diambil adalah metode deskriptif, karena untuk menggambarkan fenomena yang ada.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian Shanghai Gangsar di kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.. Pengambilan sampel dilakukan dengan menngunkan *simple random sampling*. Pengukuran jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sebanyak 99 responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu angket. Kategori jawaban yang digunakan adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk menguji validitas menggunakan teknik analisis korelasi *pearson product moment* dengan bantuan program *SPSS 21.0*. Sedangkan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *alfa cronbach*, bantuan program *SPSS* .01

Teknik analisis data yang digunnakan adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan uji regersi linier berganda terlebih dahulu memenuhi asumsi klasik yaitu uji normelitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2011:96), adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Kemasan

X_3 = Harga

b1,b2, b3 = Koefisien regresi

e = Kesalahan pengganggu (*error term*)

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian Shanghai Gangsar. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,000 < 0,05. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan perusahaan shanghai Gangsar maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Kemasan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Shanghai Gangsar. Dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Kemasan yang baik, tidak mudah rusak dan menarik menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian produk Shanghai Gangsar, karena kemasan merupakan identitas produk tersebut
3. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Shanghai Gangsar dengan nilai sig. sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Kualitas produk, kemasan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji F, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Dengan besarnya simultan kualitas produk, kemasan dan harga dapat menjelaskan keputuasn pembelian sebesar 72,4%

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2011. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Darussalam, C. 2013. *Dasar-dasar pemasaran*. Yogyakarta : Andi

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

J. Setiadi, Nugroho, SE., MM.. 2011. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Kotler Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Terjemahan oleh Bob abran, M.M. Jilid 1. PT Gelor Aksara Pratama. Jakarta.

Kotler, Phillip and Kevin Lane. Keller. 2012. *Marketing Management Fourteenth Edition. New Jersey : Pearson International Edition*

Lupiyoadi, R. Dan Hamdani, A. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat.

Mustikasari, Wening dan Setiyo Budiadi. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik*. Universitas Negeri Surabaya.

Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta : Salemba Empat.

Peter, J. Paul dan James H. Donnelly, Jr. 2011. *A Preface To Marketing Manajemen. Twelfth Edition. New York : Mc Graw Hill.*

Prabowo, Ganjar P.A dan Ida Farida. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry di Semarang*. Semarang : Universitas Dian Nuswatoro.

Ridwan. 2013. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta

Saidani, Basrah, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jawa Timur*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 4, No. 2. Universitas Negeri Jakarta.

Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Jakarta : Salemba Empat.

Schiffman & Kanuk. 2011. *Perilaku Konsumen (edisi 7).* Jakarta : *Prentice Hall*

Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Simamora, Henry. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Stanton,william J, 2011, *Fundamental Of Marketing,Mc Graw Hill Inc*.

Suharyadi dan Purwanto S.K. 2013. *Statistika: untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.

Sukardi. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: BumiAksara.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis.* Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN