

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada CV Tomat Jaya Lembang)

Dika Meirista¹· Sandra Sriwendiah²

Accepted: 24 November 2022 / Published online: 11 Desember 2022

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Tomat Jaya Lembang.

Metodologi/Pendekatan: Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan metode insidental sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 96 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, analisis korelasi sederhana, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi (R^2) dan uji t.

Hasil: Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui bahwa kualitas produk (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada CV Tomat Jaya Lembang.

Kebaruan: Penelitian ini berkontribusi terhadap literatur mengenai hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pada pengusaha di Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Keputusan Pembelian

Komunikasi dilakukan oleh Dika Meirista

✉ Dika Meirista

dika.meirista03@gmail.com

Sandra Sriwendiah

sandra.sriwendiah@gmail.com

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

²Program Studi Manajemen Bisnis, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Pendahuluan

Gaya hidup sehat telah menjadi tren di penduduk dunia termasuk juga Indonesia, tidak hanya untuk melindungi kesehatan dengan olahraga tetapi mengkonsumsi makanan - makanan sehat berupa sayuran. Mengkonsumsi sayur- sayuran ialah metode yang tepat untuk mewujudkan gaya hidup sehat. Namun ada hal lain yang harus diketahui, sayuran yang dikonsumsi tidak lepas dari pengaruh zat- zat kimia semacam pestisida serta pupuk kimia/sintetis sebagai bahan yang digunakan untuk menaikkan jumlah produksi pertanian. Jumlah konsumsi produk pertanian yang besar berbanding lurus dengan besarnya jumlah zat kimia yang digunakan. Berdasarkan hal tersebut timbul permasalahan baru seperti menurunnya kualitas tanah dan mencemari air tanah serta berakibat kurang baik pula bagi pengkonsumsi sayuran tersebut. Tafajani (2011) menyimpulkan bahwa sayuran sangat dibutuhkan untuk kesehatan karena dengan tubuh yang sehat kita bisa melakukan berbagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Data yang diperoleh dari hasil produksi tanaman sayuran di beberapa provinsi pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, menghasilkan bahwa pada tahun 2020 produksi tanaman sayuran terbesar berasal dari daerah Jawa Barat. Hal ini disebabkan karena Jawa Barat memiliki tanah yang subur, iklimnya baik untuk proses pertumbuhan tanaman dan dapat menjadikan tanah ternutrisi dari bahan organik. Provinsi Jawa Barat sebagai provinsi penghasil sayuran terbesar memiliki karakteristik komoditas kawasan budidaya dataran tinggi dan dataran rendah. Salah satu sayuran yang paling banyak ditanam di daerah Jawa Barat yaitu tomat yang selalu diproduksi hampir sepanjang tahun. Daerah yang menjadi lokasi budidaya tomat di Jawa Barat adalah Kabupaten Bandung Barat yang berada di dataran tinggi. Salah satu tempat yang memproduksi tomat adalah CV Tomat Jaya Lembang, yang didirikan oleh Ayi Suhendar dengan jumlah karyawan 10 orang. Menurut Balai Penelitian Tanaman Sayuran (Balitsa), Lembang memiliki potensi alam yang baik dan menjadikan Lembang menjadi pusat penelitian untuk sayuran. Lembang pun dikenal sebagai penghasil sayuran dan tanaman hortikultura.

Menurut *American Marketing Association* (Kotler & Keller, 2014, p. 5), pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Pada umumnya kesuksesan suatu perusahaan dalam mengeluarkan dan mengenalkan produknya di pasaran, sangat dipengaruhi oleh keputusan pembelian dalam implementasi pasar produk yang akan diperjual belikan agar

pasar produknya bisa diterima sesuai keinginan konsumen. Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya (Indrasari, 2019, p. 70)

Sarjita (2020) menyimpulkan bahwa keanekaragaman konsumen menjadi hal yang harus diperhatikan penjual dalam mengembangkan produk yang diproduksinya untuk merancang produk, menentukan pasaran dan biaya anggaran promosi. Berikut data omzet CV Tomat Jaya Lembang periode tahun 2019 hingga 2021.

Berikut ini adalah data jumlah pendapatan CV Tomat Jaya Lembang tahun 2019-2021:

Tabel 1 Data Pendapatan CV Tomat Jaya Lembang

	2019	2020	2021
Januari – Maret	46,825,000	50,180,000	50,870,000
April – Juni	48,135,000	40,415,000	55,100,000
Juli – September	52,915,000	41,145,000	54,425,000
Oktober – desember	52,380,000	48,485,000	55,200,000
Total	200,255,000	180,225,000	215,595,000

Berdasarkan Tabel 1, terdapat penurunan omzet pada tahun 2020. Dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis terlihat bahwa kualitas produk yang dihasilkan masih kurang baik, hal ini pun didukung oleh hasil pra survei yang sudah dilakukan. Produk yang dihasilkan yaitu tomat termasuk ke dalam barang tidak tahan lama (*nondurable goods*). Kualitas produk sayuran organik yang dipilih oleh konsumen disesuaikan dengan selera atau kebiasaan kesukaan, harga produk, lama ketahanan, kesegaran alami sayuran, kandungan/nilai gizi/vitamin, dan mutu produk (pandangan konsumen terhadap residu bahan kimia).

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas produk. Kotler dan Armstrong (2008) mengungkapkan bahwa kualitas produk adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*.

Berdasarkan hasil dari pra survei yang sudah dilakukan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Tomat Jaya Lembang. Pada CV Tomat Jaya Lembang masih terdapat beberapa permasalahan dalam menjaga kualitas produknya yaitu mulai dari proses pengolahan tanah, pemupukan, dan pola penanaman yang baik. Akan tetapi dalam proses tersebut CV Tomat Jaya Lembang belum melakukannya dengan maksimal,

sehingga masih sering ditemukan beberapa hasil produk yang kurang baik seperti daun busuk, bakteri, bercak-bercak di daun, kekurangan nutrisi seperti menguning, dan gangguan terhadap akar dan buah. Berdasarkan permasalahan tersebut, berarti membuktikan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kualitas Produk

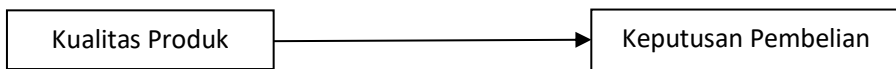
Halim dan Iskandar (2019) berpendapat kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Indikator kualitas produk menurut Garvin meliputi fitur, kualitas kinerja, kualitas yang dirasakan, daya tahan, kesesuaian kualitas, estetika, keandalan, dan kemampuan melayani (Saluy & Kemalasari, 2017)

Keputusan Pembelian

Indrasari, (2019, p. 70) menyebutkan bahwa keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Indikator keputusan pembelian Menurut Kotler dan Armstrong (2008) meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, jumlah pembelian, dan waktu pembelian. Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Tomat Jaya Lembang

Berdasarkan hipotesis tersebut maka diperoleh model penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian

Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Tomat Jaya Lembang serta menggunakan wawancara dan kuesioner

mengenai keadaan dan subjek yang diteliti dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014, p. 59) objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat dan orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun objek penelitian ini adalah kualitas produk dan keputusan pembelian.

Menurut Arikunto (2016), subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti atau subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti. Adapun subjek penelitian adalah konsumen CV Tomat Jaya Lembang.

Populasi, sampel, dan teknik sampling

Menurut Sugiyono (2019, p. 61) menyebutkan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen CV Tomat Jaya Lembang yang jumlahnya tidak diketahui (tak terhingga).

Menurut Sugiyono (2019, p. 127) mengemukakan, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penulis menarik kesimpulan untuk mengambil 96 sampel untuk dijadikan subjek penelitian menggunakan rumus Wibisono (2005).

Menurut Sugiyono (2019, p. 128) mengatakan teknik penarikan sampel merupakan teknik untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu *incidental sampling*, yang termasuk dalam *nonprobability sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *interview* (wawancara) kepada pemilik perusahaan CV Tomat Jaya Lembang untuk mendapatkan data terkait profil perusahaan dan teknik kuesioner kepada konsumen CV Tomat Jaya Lembang untuk mendapatkan data terkait variabel yang diteliti.

Operasional Variabel

Sugiyono (2019, p. 67) mengatakan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Teknik Analisis Data

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Uji Linearitas menurut Ghazali (2021, p. 203), uji linearitas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Analisis Korelasi Sederhana Menurut Ghazali (2021, p. 82), analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana menurut Sugiyono (2014, p. 270), analisis regresi dilakukan jika ada salah satu variabel terikat tergantung pada satu atau lebih variabel bebas.

Uji Koefisien Determinasi menurut Ghazali (2019, p. 97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Uji Signifikansi (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent.

Hasil dan Pembahasan

Data yang telah terkumpul telah dilakukan uji asumsi klasik normalitas dan linearitas dan terbebas dari asumsi klasik tersebut.

Uji Analisis Korelasi Linear Sederhana

Menurut Ghazali (2021, p. 82), analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen variabel independen.

Berdasarkan data yang sudah diolah, diperoleh nilai sebesar 0,570 yang berada pada tingkat 0,40 – 0,599 yang berarti hubungan berkorelasi sedang. Pada analisis korelasi nilai probabilitas 0,05 > dari nilai Sig (0,05 > 0,000) maka terbukti bahwa kualitas produk mempunyai hubungan secara signifikan dengan keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel independen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
0,570	0,352	0,318	6,532

Pada Tabel 4 menunjukan nilai R = 0,570 dan koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,325. Artinya keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 32,5% oleh kualitas produk sedangkan sisanya (100% - 32,5% = 67,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014, p. 270), analisis regresi dilakukan jika ada salah satu variabel terikat tergantung pada satu atau lebih variabel bebas. Regresi linier didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Berdasarkan data yang sudah diolah diperoleh nilai konstanta 33,580 dan nilai beta 0,570 serta diperoleh $t_{hitung} = 6,725$ dan tingkat signifikan 0,000. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = a + bX$ atau $33,580 + 0,565X$. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan diikuti penilaian sebesar 0,565.

Uji Signifikansi (Uji t)

Uji signifikansi digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat.

Berdasarkan data yang sudah diolah, diperoleh $t_{hitung} = 6,725$ dan signifikansi 0,000. Dengan kriteria tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) untuk uji dua pihak serta df atau dk (derajat kebebasan) = jumlah data – 2 atau $96 - 2 = 94$. Sehingga didapat $t_{tabel} = 1,985$.

Dengan demikian didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,725 > 1,985$ dan nilai probabilitas 0,05 lebih dari nilai Sig (0,05 > 0,000). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_1 terdukung dimana kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis korelasi nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai Sig (0,05 $\geq$ 0,000), hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan secara signifikan dengan keputusan pembelian. Hasil dari uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi, diperoleh $t_{hitung} = 6,725$ dan signifikansi 0,000. Sehingga didapat $t_{tabel} = 1,985$. Dengan demikian, didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,725 > 1,985$ dan nilai probabilitas 0,05 lebih dari nilai Sig (0,05 > 0,000), jadi kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,325. Artinya keputusan pembelian (Y) dipengaruhi sebesar 32,5% oleh kualitas produk (X). Sedangkan sisanya (100% - 32,5% = 67,5%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Jika dikonfirmasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka nilai R^2 ini berada pada tingkat hubungan yang rendah. Artinya bila koefisien korelasi nilai r berada pada daerah 0,20 – 0,399 terdapat hubungan yang rendah antara keputusan pembelian dan kualitas produk.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis di atas tentang pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada CV Tomat Jaya Lembang, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 32,5% sedangkan sisanya sebesar 67,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ghozali, M. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1)*. Erlangga.
- Saluy, A. B., & Kemalasari, N. W. (2017). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan PT. XYZ. In *Seminar Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS)*, 1(1).
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 80-93.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Tafajani, D. (2011). *Panduan Komplit Bertanam Sayur*. Kelompok Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Wibisono, D. (2005). Metode penelitian & analisis data. *Jakarta: Salemba Medika*.