

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CV. TOMAT JAYA LEMBANG)

Dika Meirista¹, Sandra Sriwendiah²

¹Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri

¹Email: dika.meirista03@gmail.com

²Program Studi S1 Manajemen Bisnis STIEB Perdana Mandiri

²Email: sandra.sriwendiah@gmail.com

Abstract

Tomato (Lycopersicon Esculentum Mill) is a type of vegetable that has the potential to be developed, tomatoes contain a lot of good nutrients and their content is widely used as an ingredient for cooking, treating various diseases such as canker sores, inflammation of the nerves, and for the food industry. This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions at CV. Tomato Jaya Lembang. In this study, data were collected by incidental sampling method to determine respondents' responses to each variable. The research sample used was 96 respondents. The type of research used is descriptive quantitative analysis including validity test, reliability test, normality test, linearity test, simple correlation analysis, simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis (R²) and t test. Based on the results obtained, it is known that product quality (X) has a significant (significant) effect on purchasing decisions (Y) on CV. Tomato Jaya Lembang. This is indicated by the value of tcount > ttable which is 6.725 > 1.985, a significance value of 0.05 > 0.000. The coefficient of determination test shows 32.5% the influence of the product quality variable on purchasing decisions while the remaining 67.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision.

1. 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. Mengonsumsi 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. Tajafani (Hariadi *et al*, 2021:195), 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 hamper 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 dan Keller, 2014:5), “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. Peter dan Olson (Indrasari, 2019:70) menyebutkan bahwa, “Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya”.

Kotler (Sarjita, 2019) 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 omset CV. Tomat Jaya Lembang periode tahun 2019 hingga 2021.

**Tabel 1 Data Pendapatan
CV. Tomat Jaya Lembang**

Bulan	Tahun		
	2019	2020	2021
Jan-Mar	46.825.000	50.180.000	50.870.000
April-Juni	48.135.000	40.415.000	55.100.000
Juli-Sept	52.915.000	41.145.000	54.425.000
Okt-Desr	52.380.000	48.485.000	55.200.000
Total	200.255.000	180.225.000	215.595.000

Berdasarkan tabel di atas terdapat penurunan omset 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 (Daga, 2017:37) 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.

Kajian Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Produk

Daga (2017:37) 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 (Yulian, 2018:10) meliputi: Fitur, Kualitas Kinerja, Kualitas yang Dirasakan, Daya Tahan, Kesesuaian Kualitas, Estetika, Keandalan, dan Kemampuan Melayani.

Keputusan Pembelian

Peter dan Olson (Indrasari, 2019:70) 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 (Priansa, 2017:89) meliputi: Pilihan Produk, Pilihan Merek, Pilihan Saluran Pembelian, Jumlah Pembelian, Dan Waktu Pembelian.

II. METODE 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 Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:59) “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.

Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (Fitrah & Lutfiyah, 2017:152), “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

Menurut Sugiyono (2019:61) 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).

Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) 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 (Riduwan, 2017:66).

Teknik Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:128) 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 (2019:67) 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

1. Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.
2. Uji Linearitas menurut Ghozali (2021:203), uji linearitas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.
3. Analisis Korelasi Sederhana Menurut Ghozali (2021:82), “Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel.
4. Analisis Regresi Linier Sederhana menurut Sugiyono (2014:270), “Analisis regresi dilakukan jika ada salah satu

variabel terikat tergantung pada satu atau lebih variabel bebas”.

5. Uji Koefisien Determinasi menurut Ghozali (2019:97), “Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat”.
6. Uji Signifikansi (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:164) kriteria pengujiannya adalah jika nilai probabilitas $0,05 < \text{nilai Sig}$ maka data dikatakan normal dan jika nilai probabilitas $0,05 > \text{nilai Sig}$ maka dikatakan data tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		t	
		Keputusan Pembelian	
Kualitas Produk			
N		96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	92.68	85.94
	Std. Deviation	7.977	7.907
Most Extreme Differences	Absolute	.070	.130
	Positive	.065	.084
	Negative	-.070	-.130
Test Statistic		.070	.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.399 ^{c,d}

Terlihat bahwa nilai signifikansi dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh hasil nilai Sig variabel kualitas produk (X) lebih besar daripada nilai probabilitas ($0,200 > 0,05$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa populasi nilai kualitas produk berdistribusi normal. Untuk keputusan pembelian, diperoleh hasil nilai Sig lebih besar daripada probabilitas ($0,399 > 0,05$), dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa populasi nilai keputusan pembelian berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Dengan kriteria pengujian menurut Ghozali (2021:203) sebagai berikut:

- Jika nilai Sig > 0,05 maka data tidak memiliki hubungan linear.
- Jika nilai Sig < 0,05 maka data memiliki hubungan linear.

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	4193.871	27	155.329	6.050	.000
		Linearity	1929.309	1	1929.309	75.150	.000
		Deviation from Linearity	2264.562	26	87.099	3.393	.290
	Within Groups		1745.754	68	25.673		
	Total		5939.625	95			

Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,290 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang linear karena hasil nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai Sig (0,05 < 0,290).

Analisis Korelasi Sederhana

Menurut Ghozali (2021:82), “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.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2014:270), “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 Koefisien Determinasi

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.318	6.532

Pada tabel di atas menunjukan nilai R = 0,570 dan koefisien determinasi (R^2) 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 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 ($0,05 > 0,000$). Jadi, 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.

IV. KESIMPULAN

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.

V. REFERENSI

Ghozali, M. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, D.M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13 jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Armstrong. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Intermedia

Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung