

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DODOL RESELL

(Studi Pada UD. Jenang Kelapa Muda Di Sambong Jombang)

Ainun Nafisyah

inun.timur@gmail.com

Program Studi Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI Jombang

Abstrak

Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Jumlah produk dan jasa dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan yaitu produk yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk dodol resell di UD. Jenang Kelapa Muda Jombang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini adalah: ada pengaruh positif dan signifikan yang menghubungkan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien (β_{yx}) sebesar 0,346 dengan nilai Sig. sebesar $0,001 \leq 0,005$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,596 \geq t_{tabel}$ sebesar 1,96 (pada α 0,05). Simpulan dari penelitian ini yaitu, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dodol resell di UD. Jenang Kelapa Muda Jombang. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan bagi manajemen dari UD. Jenang Kelapa Muda Jombang untuk: (a) Pencatatan administrasi penjualan barang lebih terstruktur dan terperinci agar memudahkan untuk melihat, mengukur dan mengevaluasi bila ada kekurangan. (b) Pencantuman label kadaluarsa sudah sangat baik, namun akan lebih baik bila sekalian mencantumkan tanggal proses produksi. Hal ini diharapkan agar dapat membantu meningkatkan kualitas produk yaitu, rasa kepercayaan konsumen terhadap dodol resell.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Latar Belakang Masalah

Globalisasi perekonomian seakan-akan tidak mengenal lagi batas-batas antar Negara yang menyebabkan semua kegiatan berlaku secara cepat dan tepat. Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Jumlah produk dan jasa dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen

memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan yaitu produk yang berkualitas. Apabila hasil produksinya baik, maka hati konsumen akan terpuaskan.

Maraknya produk sejenis dipasaran, maka setiap perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk yang dapat bersaing. Perusahaan harus menanamkan karakteristik atau ciri khas yang berkaitan dengan kualitas dalam produknya. Karakteristik dalam hal ini, perusahaan harus pandai-pandai mempertimbangkan atau menentukan atribut produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat menjadi dasar pengambilan (tindakan) keputusan pembelian.

Produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja yang bisa dilihat dan dipegang, melainkan produk juga sesuatu yang tidak berwujud namun bisa memuaskan pelanggan seperti pelayanan jasa. Menurut Stanton (1981), produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima pembeli guna memuaskan keinginannya. (Buchari Alma, 2016)

Kualitas produk merupakan faktor persaingan utama dalam menentukan keberhasilan dan kelangsungan dari suatu perusahaan. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi persyaratan dan spesifikasi kualitas yang ditetapkan (Mariana, 2015)

Berdasarkan hasil observasi, dodol yang di produksi oleh UD. Kelapa Muda mempunyai keunggulan sehingga produk bisa bersaing dipasaran. Salah satu keunggulan produk dodol UD Kelapa Muda dapat ditunjukkan pada hasil observasi (wawancara) yang menyatakan bawasannya untuk membuat dodol harus menggunakan bahan-bahan yang

berkualitas. Disamping bahan-bahan yang berkualitas proses produksinya juga berkualitas. Untuk mengikuti selera dan perkembangan permintaan produk, dodol di UD. Kelapa Muda menginovasi rasa yang awalnya hanya rasa original kemudian ada dodol coklat dan dodol durian.

Dalam hal ini yang terkait dalam penelitian adalah industri yang bergerak dibidang makanan ringan Dodol UD. Jenang Kelapa Muda yang terletak di Jl. Laksada Adi Sucipto no. 21 Jombang. Usaha ini mulai berjalan sekitar 11 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2006. Awal usaha ini hanya memproduksi dodol kelapa kemudian Bapak Miftaqur Rofik melakukan inovasi rasa ditahun-tahun berikutnya yaitu dodol coklat dan dodol durian. Tidak hanya membuat dodol saja, UD. Kelapa Muda juga memproduksi jenang ketan jawa yang hanya melayani pesanan saja. Usaha ini lebih memprioritaskan kualitas produk dibandingkan harga, karena diketahui bahwa dalam memproduksi dodol ini pengusaha yaitu Bapak Miftaqur Rofik lebih memprioritaskan kualitas bahan baku, kualitas proses pembuatan sehingga dodol mampu bertahan dalam waktu yang relatif lama dibanding produk sejenis lainnya. Dodol ini bisa bertahan selama 4 bulan. Pemasaran. Dengan kualitas yang terjaga, pemasaran dodol risell di UD. Jenang Kelapa Muda mengalami peningkatan pada awal tahun 2018 hingga sekarang (jalan 2019).

Kualitas produk yang ditawarkan oleh dodol risell yaitu yang meliputi kualitas bahan baku (memilih bahan terbaik terutama kelapa yang tidak terlalu muda atau terlalu tua), kualitas proses pembuatan (karena sifat kelapa yang tidak bisa bertahan lama ketika sudah dikupas, sehingga harus segera diolah), dan mampu bertahan selama 4 bulan (lebih lama dibandingkan dengan produk sejenis). Dengan kualitas yang terjaga, dodol risell mampu terjual 20 hingga 50 bungkus dalam sehari. Berdasarkan permasalahan di atas maka akan dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dodol Pada UD. Kelapa Muda Di Jombang”.

Metode Penelitian

Rancangan penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan statistik kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Dimana kualitas produk sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Adapun populasi yang termasuk dalam penelitian ini adalah semua konsumen atau pembeli di UD. Kelapa Muda Sambong Jombang pada tanggal 11 Januari 2019 sampai dengan 17 Januari 2019.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *sampling aksidental*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data (Munawaroh, 2013).

Metode pengumpulan data terhadap suatu penelitian yang peneliti lakukan, maka harus memiliki cara atau teknik untuk mendapatkan data atau informasi yang baik dan terstruktur serta akurat dari setiap apa yang diteliti, sehingga kebenaran informasi data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Maka peneliti menggunakan metode observasi, angket atau kuesioner dan dokumentasi.

Peneliti menyebarkan angket kepada responden yaitu pembeli yang datang pada UD. Kelapa Muda selama 2 minggu yang respondennya dipilih secara acak untuk mendapatkan data tentang kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan yang menghubungkan variabel kualitas produk terhadap keputusan

pembelian dengan nilai koefisien (β_{yx}) sebesar 0,346 dengan nilai Sig. sebesar $0,001 \leq 0,005$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,596 \geq t_{tabel}$ sebesar 1,96 (pada α 0,05). Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa “ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian”.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (dalam Rahayu 2017) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk yang tergantung pada kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kotler dan Armstrong juga menjelaskan salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari pemasok adalah mutu produk dan jasa yang tinggi. Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (dalam Priansa, 2017) pelanggan dapat mengambil keputusan membeli suatu bentuk produk dengan mempertimbangkan ukuran produk, mutu produk, suara produk, corak produk dan sebagainya.

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk Dodol Risell yang ditawarkan oleh UD. Jenang Kelapa Muda Jombang maka akan sangat berdampak pada tindakan pelanggan dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fure, dkk (2015), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan didukung oleh penelitian Mariana (2015) dan Kapahang, dkk (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil angket dan pengamatan peneliti ketika observasi, peneliti memberikan saran kepada manajemen UD. Jenang Kelapa Muda Jombang sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas produk dodol risell, yaitu:

- a. Pencatatan admintrasi penjualan barang lebih terstruktur dan terperinci agar memudahkan untuk melihat, mengukur dan mengevaluasi bila ada kekurangan.
- b. Pencantuman label kadaluarsa sudah sangat baik, namun akan lebih baik bila sekalian mencantumkan tanggal proses produksi. Hal ini diharapkan agar dapat membantu meningkatkan kualitas produk yaitu, rasa kepercayaan konsumen terhadap dodol risell.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fure, F., Lopian, J., Taroreh, R. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado. *Jurnal EMBA*. (online), (file:///D:/1.%20sekolah%20inun%20titip/7116-13937-1-SM.pdf), diakses 11 Januari 2018.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Gunawan, Imam. 2017. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD. Sinar Rejeki Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (online), (file:///D:/1.%20sekolah%20inun%20titip/jurnal%20Mariana%20(05-19-15-03-34-14).pdf), diakses 11 Januari 2018
- Munawaroh. 2013. *Metodologi Penelitian*. Malang: Intimedia.
- Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ridwan dan Kuncoro, E.A. 2017. Cara Menggunakan dan Memaknai Parth Analysis (Analisis Jalus). Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono dan Susanto, Agus. 2017. Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Permata Puri Media.