

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu

Helmarini¹⁾; Bella Dwi Meisyah²⁾

^{1,2)} Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ helmarini1569@umb.ac.id; ²⁾ belladwimeisyah@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [05 Juni 2022]

Revised [19 Juni 2022]

Accepted [12 Juli 2022]

KEYWORDS

Product Quality, Moringa Leaf Chocolate Purchase Decision

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Toko Akilah 2R Bengkulu merupakan salah satu bagian dari UMKM. Yang merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang berdiri sendiri. Toko Akilah 2R Bengkulu adalah toko yang menjual berbagai macam makanan khas kota Bengkulu salah satunya adalah Coklat Daun Kelor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu. Adapun hasil penelitian dinyatakan bahwa kualitas produk Coklat Daun Kelor sebanyak 35 responden yang menjawab angket sangat baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (81-100%) jika dipersentasekan yaitu 0%, yang menjawab angket baik yaitu sebanyak 30 orang terletak di kriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,86%, yang menjawab angket cukup baik yaitu sebanyak 5 orang terletak dikriteria (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,14%, dan yang menjawab angket tidak baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%. Sedangkan untuk keputusan pembelian hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu sebanyak 35 responden yang menjawab angket tidak ada terletak dikriteria (81- 100%) jika dipersentasekan yaitu 0%, yang menjawab angket puas yaitu sebanyak 33 orang terletak dikriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,94%, yang menjawab cukup puas yaitu sebanyak 2 orang terletak di (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,06 %, dan yang menjawab tidak puas tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%. Ada pengaruh kualitas produk Coklat Daun Kelor terhadap keputusan pembelian di Toko Akilah 2R Bengkulu. Hal ini diperoleh dari F hitung > F tabel (30,04 > 4,20) dan besar tingkat pengaruhnya adalah 92,7%.

ABSTRACT

Akilah 2R Bengkulu store is one part of the UMKM. Which is a trading business managed by an independent business entity or individual. Akilah 2R Bengkulu shop is a shop that sells various kinds of Bengkulu city specialties, one of which is Chocolate Leaf Moringa. The purpose of this study was to determine the effect of product quality on the purchasing decision of Moringa Leaf Chocolate at Akilah 2R Bengkulu Store. The results of the study stated that the quality of the Moringa Leaf Chocolate product as many as 35 respondents who answered the questionnaire very well, none of which was where the criteria were located at (81-100%) if the percentage was 0%, those who answered the questionnaire were good, namely 30 people were located in the criteria (61-100%). 80%) if the percentage is 0.86%, those who answer the questionnaire are quite good, namely as many as 5 people are located in the criteria (41-60%) if it is presented, it is 0.14%, and those who answer the questionnaire are not good, there is no where the criteria lies in (20 -40%) if the percentage is 0%. Meanwhile, for purchasing decisions, it is known that the purchasing decision of Moringa Leaf Chocolate at Akilah 2R Bengkulu Store as many as 35 respondents who answered the questionnaire did not exist in the criteria (81-100%) if it was presented at 0%, those who answered the questionnaire were satisfied that as many as 33 people were in the criteria. (61-80%) if the percentage is 0.94%, those who answer are quite satisfied, namely as many as 2 people are located at (41-60%) if the percentage is 0.06%, and those who answer are not satisfied there is no where the criteria lies in (20-40%) if the percentage is 0%. There is an influence on the quality of the Moringa Leaf Chocolate product on purchasing decisions at Akilah 2R Bengkulu Store. This is obtained from F arithmetic > F table (30.04 > 4.20) and the level of influence is 92.7%.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang maju seperti sekarang perkembangan dunia dalam usaha membuat para pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan simpati dari konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati konsumen baik melalui peningkatan sarana dan prasarana yang memiliki fasilitas berteknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia serta kualitas produk yang ditawarkan atau dijual.

Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2016:272). Menurut Tjiptono (2017:19) mengatakan syarat yang harus

dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Pelanggan merupakan konsumen yang mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan secara berulang. Dengan kata lain, konsumen yang melakukan keputusan pembelian terhadap suatu perusahaan dapat dipertahankan dengan memberikan produk sesuai dengan keinginan konsumen. Pelanggan akan memilih produk yang akan dibeli dengan banyak pertimbangan untuk memilih produk mana yang baik dan sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya adalah dengan mempertimbangkan kualitas produk. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan mengambil keputusan membeli produk tersebut.

Kualitas produk menurut Tjiptono (2017:77) adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Toko Akilah 2R Bengkulu merupakan salah satu bagian dari UMKM. Yang merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang berdiri sendiri. Toko Akilah 2R Bengkulu adalah toko yang menjual berbagai macam makanan khas kota Bengkulu salah satunya adalah Coklat Daun Kelor. Makanan ini merupakan kolaborasi antara coklat dan daun kelor. Selain rasanya enak, makanan ini juga berkhasiat untuk Kesehatan. Seiring perkembangan zaman banyak sekali muncul berbagai macam dan jenis makanan-makanan ringan. Tapi dalam melakukan pembelian konsumen harus selektif memilih makanan yang dapat berkhasiat untuk tubuh dan harus memperhatikan kualitas dari makanan tersebut.

LANDASAN TEORI

Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Revita, Frimayasa dan Kurniawan (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian smartphone Samsung keputusan. Dibantu dengan program aplikasi SPSS versi 24.0. Jumlah sampel acak 100 rakyat. Teknik pengumpulan data menggunakan angket xenan skala likert. Koefisien Korelasi Hasil Pengujian pada smartphone Samsung sebesar 0,713 yang memiliki pengaruh kuat antara variabel bebas (Kualitas Produk) dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian). Berdasarkan pada tabel Anova dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ maka keputusan H1 diterima. Berdasarkan tabel Summary Model diatas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0.508 atau 50,8%, artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk sebesar 50,8%. Sedangkan sisanya sebesar 49,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil analisis regresi dapat diperoleh persamaan yaitu: $Y = 16,121 + 0,602, X$ Dimana $Y =$ keputusan pembelian dan $X =$ kualitas produk. Maka dapat disimpulkan konstanta 16.121 menyatakan bahwa jika tidak ada kualitas Produk dilakukan oleh perusahaan, maka diperoleh keputusan pembelian sebesar 16,121. NS koefisien regresi X sebesar 0,602 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 kali kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,602. Dan sebaliknya jika kualitas produk menurun 1 (satu) kali maka Keputusan Pembelian diprediksi turun sebesar 0,602. Jadi arah hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian bernilai positif artinya searah. Dari hasil perhitungan uji persamaan regresi di atas tentang pengaruh kualitas produk terhadap Samsung keputusan pembelian smartphone hubungan atau arah positif antara pengaruh produk pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada variabel penelitian yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang dibahas. Pada penelitian ini objek kajian tentang keputusan pembelian smartphone merk Samsung, sedangkan pada penelitian ini objek kajian tentang produk Coklat daun Kelor.

- b. Penelitian juga dilakukan oleh Amrullah (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan apakah Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. Sementara variabel terikat adalah Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di Dealer Honda Star Motor Samarinda, dengan menggunakan sampel sebanyak 60 konsumen yang memenuhi kriteria. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan kuesioner dengan menguji Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara parsial. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah terletak pada variabel X1 dan variabel Y. Yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian yang digunakan.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) Jika pengaruh variabel pada produk kualitas produk keputusan pembelian Converse merek sepatu. (2) Keduanya, variabel mempengaruhi citra merek dari keputusan pembelian produk Converse merek sepatu. (3) Apakah variabel kualitas produk dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian Converse merek sepatu. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa merek sepatu pengguna produk Converse di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Merdeka Malang, sebanyak 39 responden dengan menggunakan non-probability sampling. Data yang telah memenuhi validitas dan reliabilitas, dan asumsi klasik (uji t dan uji F) diproses untuk menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 13.789 + -0.261 X1 + 0.689 X2$ Dimana keputusan pembelian variabel (Y), kualitas pelayanan dari produk (X1), dan citra merek (X2). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan variabel dari produk yang telah diteliti terbukti tidak berpengaruh pada keputusan pembelian, tetapi variabel yang terbukti brand image berpengaruh pada konsumen keputusan pembelian. pengujian hipotesis menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan merek pengaruh citra terhadap keputusan pembelian oleh 22,7%, sedangkan remaining 77,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada variabel penelitian yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang dibahas. Pada penelitian ini objek kajian tentang keputusan pembelian smartphone merk Samsung, sedangkan pada penelitian ini objek kajian tentang produk Coklat daun Kelor.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dan sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Akilah 2R Bengkulu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, angket dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Adapun hasil penelitian dinyatakan bahwa kualitas produk Coklat Daun Kelor sebanyak 35 responden yang menjawab angket sangat baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (81-100%) jika dipersentasekan yaitu 0%, yang menjawab angket baik yaitu sebanyak 30 orang terletak di kriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,86%, yang menjawab angket cukup baik yaitu sebanyak 5 orang terletak dikriteria (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,14%, dan yang menjawab angket tidak baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%. Sedangkan untuk keputusan pembelian hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu sebanyak 35 responden yang menjawab angket tidak ada terletak dikriteria (81- 100%) jika

dipersentasikan yaitu 0%, yang menjawab angket puas yaitu sebanyak 33 orang terletak dikriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,94%, yang menjawab cukup puas yaitu sebanyak 2 orang terletak di (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,06 %, dan yang menjawab tidak puas tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%. Ada pengaruh kualitas produk Coklat Daun Kelor terhadap keputusan pembelian di Toko Akilah 2R Bengkulu. Hal ini diperoleh dari F hitung > F tabel ($30,04 > 4,20$) dan besar tingkat pengaruhnya adalah 92,7%

Pembahasan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk Coklat Daun Kelor sebanyak 35 responden yang menjawab angket sangat baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (81-100%) jika dipersentasekan yaitu 0%, yang menjawab angket baik yaitu sebanyak 30 orang terletak di kriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,86%, yang menjawab angket cukup baik yaitu sebanyak 5 orang terletak dikriteria (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,14%, dan yang menjawab angket tidak baik tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%.

Sedangkan untuk keputusan pembelian hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu sebanyak 35 responden yang menjawab angket tidak ada terletak dikriteria (81- 100%) jika dipersentasikan yaitu 0%, yang menjawab angket puas yaitu sebanyak 33 orang terletak dikriteria (61-80%) jika dipersentasekan yaitu 0,94%, yang menjawab cukup puas yaitu sebanyak 2 orang terletak di (41-60%) jika dipersentasekan yaitu 0,06 %, dan yang menjawab tidak puas tidak ada dimana kriterianya terletak di (20-40%) jika dipersentasekan yaitu 0%.

Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan peluang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Oleh karena itu dapat dikatakan semakin baik kualitas produk Coklat Daun Kelor maka keputusan pembelian juga akan semakin tinggi, sebaliknya jika kualitas produk Coklat Daun Kelor kurang baik atau tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas terhadap produk tersebut. Hal ini dapat dilihat dari apakah konsumen akan kembali membeli lagi produk tersebut ataupun konsumen merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka terlebih dahulu membandingkan antara f hitung dengan f tabel db/dk yaitu (db/dk nomenator dan db sisa). Apabila f hitung > f tabel dengan db (n-2) maka hipotesis (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dari langkah-langkah tersebut dapat diringkas dalam bentuk tabel ANAVA (analisis variansi).

Dari hasil perhitungan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di Toko Akilah 2R Bengkulu yang dibuktikan dengan uji signifikansi regresi dimana f hitung > f tabel dengan db (33) α 0,05 = 4,20 maka perhitungan adalah ($30,04 > 4,20$), berarti ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Coklat Daun Kelor di toko Akilah 2R Bengkulu dengan hipotesis (H_a) diterima. Dari hasil perhitungan didapat korelasi positif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana $Y = 8.120 + 0,843X$, hal ini berarti bahwa setiap perubahan (kenaikan/penurunan) variabel X (kualitas produk) satu angka maka diikuti oleh perubahan (kenaikan/penurunan) variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,843. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (pengaruh) didapat besarnya tingkat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 84,3%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas produk coklat daun kelor ditoko akilah 2R Bengkulu terletak dikategori baik, dengan nilai presentase paling tinggi sebesar 0,86%. Dibandingkan kategori yang cukup baik dengan persentase 0,14%.
2. Keputusan pembelian coklat daun kelor ditoko Akilah 2R Bengkulu termasuk dikategori memuaskan, dengan nilai persentasenya 0,94%. Dibandingkan kategori yang cukup memuaskan yaitu dengan nilai persentase 0,06%.

3. Ada pengaruh kualitas produk Coklat Daun Kelor terhadap keputusan pembelian di Toko Akilah 2R Bengkulu. Hal ini diperoleh dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30,04 > 4,20$) dan besar tingkat pengaruhnya adalah 92,7%

Saran

1. Diharapkan kepada Toko Akilah 2R Bengkulu untuk dapat meningkatkan kualitas produk agar konsumen selalu merasa puas ketika membeli produk Coklat Daun Kelor tersebut. Dan kilah hendaknya tetap mempertahankan prestasi yang dinilai sudah baik oleh konsumen, sehingga konsumen akan selalu puas dengan kualitas produk yang diberikan.
2. Diharapkan kepada karyawan Toko Akilah 2R Bengkulu hendaknya selalu memperbaharui kemasan serta menjaga kebersihan produk dan mengeluarkan barang yang terbaru supaya konsumen selalu tertarik pada barang yang ada di Toko tersebut.
3. Diharapkan kepada konsumen Toko Akilah 2R Bengkulu untuk dapat mempromosikan produk Coklat Daun Kelor ke teman-teman dan kerabatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *KINERJA*, 13(2), 99-118.
- Arikunto, S. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Engel, F. James. 2015. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Alex Budianto. Edisi Keenam. Jilid 2. Jakarta: Bina Rupa Aksar
- Gitosudarmo. Indriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Yogyakarta: BPFE
- Handoko, T. Hani, 2015, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Irnandha, A. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi)*, 5(6), 660-669.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip dan Garry, Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Erlangga
- Revita, M. L. D. E., & AGTOVIAFRIMAYASA, A. K. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1*
- Sardiman. 2012. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta PT Rajagrafindo Persada
- Schiffman & Kanuk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung PT Gramedia
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Yogyakarta: Amus.

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*.

Swastha, Basu dan Irawan, 2014. Pengantar Bisnis Modern . Cetakan ketiga, Liberty, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi

..