

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada CV. Mutiara Madu Kuansing

Ika Nia Mailina¹, Rosmita²

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau,
Jln. Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan, Pekanbaru, Indonesia 90221*

Email: ekaniamailina@students.uir.ac.id, rosmita@soc.uir.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua variabel yaitu Kualitas Produk (X) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian madu di CV Mutiara Madu Kuansing. Untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut digunakan indikator dari variabel kualitas produk yakni kinerja, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, estetika. Indikator dari keputusan pembelian yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi variabel, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Dalam mengelola data menggunakan teknik analisis data Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji T, Uji Koefisien Determinasi, dan Regresi Linier Sederhana menggunakan SPSS v.25. Untuk hasil uji yang dilakukan bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada CV Mutiara Madu Kuansing.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Madu

The Effect Of Product Quality On Honey Purchasing Decisions at CV Mutiara Madu Kuansing

Abstract

This research was conducted using two variables, namely. Product Quality (X) as the independent variabel and purchase decision (Y) as the related variabel. This research was conducted with the aim of knowing the effect of product quality on honey purchasing decisions at CV Mutiara Madu Kuansing. to determine the effect of these variables, indicators of purchasing decisions are problem recognition, information search, variabel evaluation, purchasing decisios, post-purchase behavior. in managing data using data analysis techniques Validity Test, Reability Test, Test T. Determination Coefficient Test, and Simple Linear Regression using SPSS v.25. The results show that product quality variabel influence purchasing decisions at CV Mutiara Madu Kuansing

Keywords: *Product Quality, Purchase Decision, Hony*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat sekarang dunia perbisnisan berkembang sangat pesat sehingga menjadi suatu tantangan bagi para pelaku usaha memenangkan persaingan, hal ini disebabkan karena adanya ide yang kreatif dan inovatif yang semakin lama semakin efisien. Dalam rangka mempertahankan pasar yang dimiliki dan memperebutkan pasar yang sudah ada, para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan beragam kegiatan pemasaran.

Kegiatan pemasaran pada saat ini lebih di fokuskan pada menciptakan kebutuhan atau keinginan untuk para pembeli dipasaran. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, sehingga usaha yang di jalankan semakin berkembang, bahkan produk kita makin dikenal oleh pembeli, sehingga para pelaku bisnis harus memikirkan sasaran yang lebih tepat.

Adanya kebutuhan dan keinginan manusia akan menimbulkan konsep produk, yaitu sesuatu yang nampak dan di anggap mampu memuaskan kebutuhan atau keinginan para manusia di belahan bumi. Konsep produk tidak hanya terbatas pada objek fisik saja, sifat terpenting dari produk adalah kemampuannya dalam memuaskan suatu kebutuhan manusia itu sendiri di kehidupan sehari-hari.

Jenis madu yang digunakan umumnya adalah madu hutan asli yang berasal dari berbagai lebah madu

berbagai sumber yang mengandung banyak mineral seperti natrium, kalsium, magnesium, fosfor dan kalium dan berbagai macam vitamin seperti *thitamin* (B1), *riboflavin* (B2), asam *askorbat* (C), *piridoksin* (B6) dan vitamin K, meskipun begitu, sebenarnya segala jenis madu dapat di gunakan menjadi bahan utama dalam pembuatan madu.

Tabel 1.1: Data Penjualan Madu di CV Mutiara Madu Kuansing pada tahun 2018-2020

No	Tahun	Target botol	Pencapaian botol
1.	2018	18.000	17.500
2.	2019	21.600	19.500
3.	2020	23.00	24.000
Total		62.000	61.000

Sumber: CV. Mutiara Madu Kuansing 2023

Dilihat dari tabel dibawah ini bahwa penjualan madu mengalami naik turun pada tiga tahun terakhir. Penurunan tersebut disebabkan oleh covid-19 yang melanda dunia pada saat itu

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk madu yang di tawarkan oleh CV Mutiara Madu Kuansing?
2. Bagaimana tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap madu di CV Mutiara Madu Kuansing?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan

pembelian madu di CV Mutiara Madu Kuansing?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan kualitas produk madu yang ditawarkan oleh CV Mutiara Madu Kuansing
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan tingkat keputusan pembelian madu di CV Mutiara Madu Kuansing.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu di CV Mutiara Madu Kuansing

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Kualitas Produk

Ada 4 dimensi produk yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk yaitu Kinerja(*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*), estetika (*aesthetics*). Tjiptono 2008, dalam Devi Puspitasari, Dkk, 2018).

B. Keputusan Pembelian

Keputusan secara pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual menurut Kotler (2016). Untuk memutuskan suatu pembelian biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu sebagai berikut

Indikator kualitas produk Meliputi :

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Variabel
4. Keputusan Pembelian

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan penulis bersifat survei deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu gambaran yang sebenarnya terjadi mengenai bagaimana kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Mutiara Madu Kuansing dengan menghubungkan teori-teori yang ada serta mengumpulkan kuisisioner sebagai alat pengumpul data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan penelitian regresi sederhana dalam usaha menguji hipotesis yang di susun. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang berupa data-data yang berbentuk angka-angka atau data kuantitatif yang di angkat, penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, namun tanpa membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variabel lain (sugiono 2013). Penelitian ini dilakukan pada CV Mutiara Madu Kuansing. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *incidental sampling* (sampling kebetulan) pengambilan sampel secara kebetulan ditemukan untuk menentukan jumlah sampling. Jenis dan Sumber data terdiri dari Data primer dan Data Skunder. Sedangkan teknik pengumpulan data terdiri dari Observasi, Kuisisioner, Wawancara Dokumentasi. Analisis data pada metode kuantitatif yaitu metode yang menunjukkan kepada riset dalam

bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam membeli madu pada CV Mutiara Madu Kuansing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.2: Tanggapan Responden terhadap Indikator Kinerja (*performance*) pada Variabel kualitas Produk

No.	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Rasa Makanan	17	71	28	0	0	116
2.	Aroma Makanan	21	77	18	0	0	116
3.	Porsi Makanan	18	70	27	1	0	116
Jumlah		56	218	73	1	0	348
rata-rata		19	72,2	24,3	0,33	0	116
Persentase		16%	63%	21%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Olahan peneliti 2023

Data yang didistribusikan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa indikator kinerja (*performance*) secara keseluruhan berada pada kategori baik. Dimana terdapat sebanyak 19 responden mengatakan sangat baik, 72 responden mengatakan baik, 24 responden mengatakan cukup seorang responden mengatakan Tanggapan yang di sampaikan responden dapat dirinci satu persatu sesuai dengan sub indikator yang sudah dinyatakan kepada responden. Dimana dari pernyataan pada indikator rasa madu yang di jual pada CV Mutiara Madu Kuansing Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Terdapat sebanyak 17 responden yang menyatakan sangat baik, 71

Kualitas Produk (X)

1. Kinerja (Performance)

Merupakan karakteristik operasi produk inti (core product) yang di beli. Misalnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan

responden yang mengatakan baik, dan 28 responden mengatakan cukup baik.kurang baik, dan tidak ada seorang pun responden yang mengatakan tidak baik. Hasil ini memberi gambaran bahwa indikator kinerja (*performance*) yang di lihat dari rasa makanan, aroma makanan, dan porsi makanan sudah ada pada kriteria baik.

2. Daya Tahan (Durability)

merupakan jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepat habis atau cepat diganti.

Table 1. 3: Tanggapan Responden Terhadap Indikator Daya Tahan (Durability) Pada Variabel Kualitas Produk

No.	Indikator	Kriteria jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Suhu	13	77	25	1	0	116
2.	Daya Tahan	19	69	27	1	0	116
	Jumlah	32	146	52	2	0	232
	Rata-rata	16	73	26	1	0	116
	Persentase	14%	63%	22%	1%	0%	100%
	Penilaian	Baik					

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Data yang didistribusikan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa indikator durability (daya tahan) secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Dimana terdapat sebanyak 16 responden mengatakan sangat baik, 73 responden mengatakan baik, 26 responden mengatakan cukup baik, 1 responden yang menyatakan kurang baik dan tidak ada seorangpun responden yang mengatakan tidak baik. Hasil ini memberi gambaran bahwa indikator *durability* (daya tahan) yang dilihat dari suhu dan daya tahan sudah ada pada kriteria

3. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (Conformance to Specification)

Conformance to Specification (Kesesuaian Dengan Spesifikasi) merupakan karakteristik desain dan operasi memenuhi standar

cukup baik. Tanggapan yang disampaikan responden dapat dirinci satu persatu sesuai dengan sub indikator yang sudah dinyatakan kepada responden. Dimana dari pernyataan daya tahan yang di jual pada CV Mutiara Madu Kuansing Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi terdapat sebanyak 13 responden yang mengatakan sangat baik, 77 responden yang mengatakan baik, 25 responden mengatakan cukup baik dan seorang responden menyatakan kurang baik.

yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan desain, satandar karakteristik operasional adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.

Table 1.4: Tanggapan Responden Terhadap Indikator *conformance to specification*(kesesuaian dengan spesifikasi) Pada Variabel Kualitas Produk

No.	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Tekstur makanan	27	88	1	0	0	116
2.	Tingkat kematangan	28	82	6	0	0	116
3.	Kelengkapan makanan	26	85	5	0	0	116
Jumlah		81	255	12	0	0	348
Rata-rata		27	85	4	0	0	116
Persentase		24%	73%	3%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Data yang di distribusikan pada tabel di atas dapat di jelaskan bahwa indikator *conformance to specification*(kesesuaian dengan spesifikasi) secara keseluruhan berada pada kategori baik. Dimana terdapat sebanyak 27 responden mengatakan sangat baik, 85 responden mengatakan baik, dan 4 responden mengatakan cukup baik. Tanggapan yang di sampaikan responden dapat dirinci satu persatu sesuai dengan sub indikator yang sudah dinyatakan kepada responden. Dimana dari pernyataan tekstur makanan dan tingkat kematangan yang di jual pada CV Mutiara Madu Kuansing Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi terdapat terbesar yang ada, sehingga dari segi tekstur dapat mengundang selera pembelinya.

dan tidak ada seorangpun responden yang mengatakan kurang baik maupun tidak baik. Hasil ini memberi gambaran bahwa indikator *conformance to specification*(kesesuaian dengan spesifikasi) yang dilihat dari tekstur makanan dan tingkat kematangan yang sudah ada pada kriteria yang baik.

sebanyak 27 responden yang menyatakan sangat baik, 88 responden yang mengatakan cukup baik, dan tidak ada seorangpun responden mengatakan kurang baik bahkan tidak baik. Hal ini menjelaskan bahwa tekstur makanan pada madu merupakan salah satu kekuatan.

4. Estetika (Aesthetics)

Estetika (*Aesthetics*) Daya tarik produk terhadap panca indra, Sebagainya,

misalkan bentuk fisik, model, atau desain yang arsitik warna da

Tabel 1.5: Tanggapan responden terhadap indikator aesthetics (estetika) pada variabel kualitas produk

No.	Pertanyaan	Kriteria jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Tampilan makanan	26	75	15	0	0	116
2.	Warna makanan	35	72	9	0	0	116
Jumlah		61	147	24	0	0	232
Rata-rata		31	73,5	12	0	0	116
Persentase		27%	63%	10%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data Olahan Penelit 2023

Data yang didistribusikan pada tabel di atas dapat di jelaskan bahwa indikator *aesthetics* (estetika) secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Dimana terdapat sebanyak 31 responden mengatakan sangat baik, 73 responden baik, 12 responden mengatakan cukup baik, dan tidak ada seorangpun yang mengatakan kurang baik dan tidak baik. Hasil ini memberi gambaran bahwa indikator *aesthetics* (estetika) yang dilihat dari variasi makanan dan kesesuaian makanan sudah ada pada kriteria baik. Tanggapan yang disampaikan responden dapat dirinci satu persatu sesuai dengan sub indikator yang sudah ditanyakan kepada responden. Dimana dari pertanyaan varian rasa madu yang di jual pada CV Mutiara Madu Kuansing Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Terdapat sebanyak 26 responden

yang menyatakan sangat baik, 75 responden yang mengatakan baik, 15 responden mengatakan cukup baik dan tidak seorangpun responden menyatakan kurang baik apalagi tidak baik. Hal ini menjelaskan bahwa varian rasa yang ada pada madu merupakan salah satu kekuatan yang ada, sehingga dari segi variasi rasa madu cukup mengundang selera pembelinya.

B. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh ransangan internal atau eksternal. Dengan ransangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seorang rasa lapar, haus ketingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat ransangan eksternal. Untuk lebih jelasnya, maka pada masing-masing

indikator yang terdapat pada variabel keputusan pembelian ini akan dibahas satu persatu secara terperinci sesuai permasalahannya.

Tabel 1.6: Tanggapan Responden Terhadap Indikator Identifikasi Kebutuhan Pada Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	Kriteriajawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Kebutuhan pelanggan	31	75	10	0	0	116
2.	Keinginan pelanggan	25	79	12	0	0	116
Jumlah		56	154	22	0	0	232
Rata-rata		28	77	11	0	0	116
Persentase		24%	69%	16%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Data yang tertuang pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa indikator identifikasi kebutuhan pada variabel keputusan pembelian ini secara keseluruhan berada pada kategori yang baik. Dimana terdapat sebanyak 28 orang mengatakan sangat baik, sebanyak 77 orang mengatakan baik, sebanyak 11 orang mengatakan cukup baik, dan tidak ada seorangpun yang menyatakan kurang baik apalagi tidak baik. Hasil ini memberikan gambaran bahwa indikator identifikasi kebutuhan yang dilihat dari kebutuhan dan keinginan berada pada kriteria baik.

Identifikasi kebutuhan menjadi salah satu indikator keputusan pembelian yang digunakan untuk melihat faktor penyebab pengambilan keputusan

pembelian yang dilakukan konsumen madu pada CV Mutiara Madu Kuansing Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Dimana responden memberikan tanggapan pada pertanyaan mengenai pembelian madu karena kebutuhan akan rasa lapar dan kebutuhan terdesak lainnya.

2. Pencarian Informasi

Identifikasi masalah atau kebutuhan memerlukan solusi yang biasanya berupa pembelian barang / jasa spesifikasi sebelum memutuskan tipe produk, merek spesifik, dan pemasok yang bakal dipilih, konsumen biasanya mengumpulkan

banyak informasi mengenai berbagai alternatif pilihan yang ada. Untuk lebih jelasnya maka pada masing-masing indikator yang terdapat pada variabel

keputusan pembelian ini akan di bahas satu persatu secara terperinci sesuai permasalahannya.

Tabel 1.7: Tanggapan responden terhadap indikator identifikasi kebutuhan pada variabel keputusan pembelian

No	Indikator	Kriteria jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Media sosial	17	70	28	1	0	116
2.	Pengaruh orang terdekat	16	77	22	1	0	116
Jumlah		33	147	50	2	0	232
Rata-rata		17	73,5	25	1	0	116
Persentase		14%	63%	22%	1%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Data yang tertuang pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa indikator pencarian informasi pada variabel keputusan pembelian ini secara keseluruhan berada pada kategori yang baik. Dimana terdapat sebanyak 33 orang responden mengatakan sangat baik, sebanyak 73 responden mengatakan baik, sebanyak 25 responden mengatakan cukup baik, 1 responden mengatakan kurang baik dan tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak baik. Hasil ini memberikan gambaran bahwa indikator pencarian informasi dari orang lain berada pada kriteria baik. Pencarian informasi menjadi salah satu indikator keputusan pembelian yang digunakan untuk melihat faktor penyebab

pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen madu pada CV Mutiara Madu Kuansing dimana responden memberikan tanggapan pada pertanyaan mengenai bapak / ibu memustuskan membeli produk madu karena melihat dari sosial media facebook whatsapp yang menyatakan sangat baik sebanyak 17 orang, menyatakan baik sebanyak 70 orang, mengatakan cukup baik sebanyak 28 orang, mengatakan kurang baik sebanyak 1 orang dan tidak ada seorangpun yang mengatakan tidak baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena konsumen mencari informasi madu tersebut melalui social media.

Kemudian dari pertanyaan tentang memutuskan membeli produk madu karena dipengaruhi oleh teman, keluarga, tetangga dan sebagainya. Para responden memberikan tanggapan sangat baik sebanyak 16 responden, tanggapan baik sebanyak 77 responden, tanggapan cukup baik sebanyak 22 responden. Tanggapan kurang baik ada 1 responden dan tidak ada seorangpun responden mengatakan tidak baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena para konsumen juga mencari informasi melalui orang-orang sekitar mereka.

3. Evaluasi Variabel

Setelah terkumpul berbagai alternatif solusi, konsumen lalu mengevaluasi dan menyeleksi mendapatkan pilihan akhir, proses evaluasi bisa sistematis (menggunakan serangkaian langkah formal, seperti model multi-atribut), bisa pula non sistematis (memilih secara acak atau semata-mata mengandalkan insting).

Untuk lebih jelasnya, maka pada masing-masing indikator yang terdapat pada variabel keputusan pembelian ini akan dibahas satu persatu secara terperinci sesuai permasalahannya.

Tabel 1.8: Tanggapan responden terhadap indikator identifikasi kebutuhan pada variabel keputusan pembelian

No	Indikator	Kriteria jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Evaluasi	14	77	25	0	0	116
2.	Alternatif pilihan	21	84	11	0	0	116
	Jumlah	35	161	36	0	0	232
	Rata-rata	18	80,5	18	0	0	116
	Persentase	15%	69%	16%	0%	0%	100%
	Penilaian	Baik					

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Data yang tertuang pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa indikator evaluasi alternatif pada variabel keputusan

pembelian ini secara keseluruhan berada pada kategori yang baik. Dimana terdapat sebanyak 18 orang

responden mengatakan sangat baik, sebanyak 80 responden mengatakan baik, 18 responden mengatakan cukup baik, dan tidak ada seorangpun responden yang mengatakan kurang baik apalagi tidak baik. Hasil ini memberikan gambaran bahwa indikator evaluasi alternatif yang dilihat dari membandingkan dengan produk sejenis dan alternatif terpilih berada pada kriteria baik.

Evaluasi alternatif menjadi salah satu indikator keputusan pembelian yang digunakan untuk melihat faktor penyebab pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen madu pada CV Mutiara Madu Kuansing. Dimana responden memberikan tanggapan pada pertanyaan bapa / ibuk mengevaluasi beberapa madu yang ada di CV Mutiara Madu Kuansing yang ada selain di CV Mutiara Madu Kuansing menyatakan sangat baik sebanyak 14 orang, menyatakan baik sebanyak 77 orang, mengatakan cukup baik sebanyak 25 orang, dan tidak ada seorangpun konsumen yang mengatakan kurang baik maupun tidak baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena konsumen

mengevaluasi beberapa madu di CV Mutiara Madu Kuansing. Kemudian dari pertanyaan tentang madu pada CV Mutiara Madu Kuansing menjadi alternatif yang bapak / ibuk pilih. Para responden memberikan tanggapan sangat baik sebanyak 21 responden, tanggapan baik sebanyak 84 responden, tanggapan cukup baik sebanyak 11 responden, dan tidak ada seorangpun konsumen yang menanggapi kurang baik maupun tidak baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena konsumen mendapatkan alternatif pilihan madu selain CV Mutiara Madu Kuansing

4.Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk prefensi antar merek dalam kumpulan berbagai pilihan konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling di sukai dalam melakukan pembelian.

Untuk lebih jelasnya maka pada masing-masing indikator yang terdapat pada variabel keputusan pembelian ini akan dibahas satu persatu secara terperinci sesuai permasalahannya.

Tabel 1.9: Tanggapan responden terhadap indikator Keputusan pembelian pada variabel keputusan pembelian

No	Indikator	Kriteria jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	TB	
1.	Alternatif terpilih	25	81	10	0	0	116
2.	Ikatan emosional	22	83	11	0	0	116
Jumlah		47	164	21	0	0	232
Rata-rata		24	82	10,5	0	0	116
Persentase		20%	71%	9%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumbr: Data Olahan Peneliti 2023

Data yang tertuang pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa indikator pembeli dan konsumsi pada variabel keputusan pembelian ini secara keseluruhan berada pada kategori yang baik. Dimana terdapat sebanyak 24 orang responden mengatakan sangat baik, sebanyak 82 responden mengatakan baik, sebanyak 10 responden mengatakan cukup baik, dan tidak ada seorangpun responden yang mengatakan kurang baik apalagi tidak baik. Hasil ini memberikan gambaran bahwa indikator keputusan pembelian yang dilihat dari emosi dan mood

a.Uji Validitas

Parameter Uji Validitas yang digunakan dalam penelitian ini
a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dalam angket

pelayanan berada pada kriteria baik. Pertanyaan tentang menurut bapak / ibuk membeli madu alternatif terpilih. Para responden memberikan tanggapan sangat baik sebanyak 22 responden, tanggapan baik sebanyak 83 responden, tanggapan cukup baik sebanyak 11 responden, dan tidak ada seorangpun konsumen yang menanggapi kurang baik maupun tidak baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena merupakan alternatif terpilih yang dapat mempengaruhi pembelian madu.

adalah validitas konstruk. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu ;

berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket dinyatakan valid

berkorelasi terhadap skor total yang artinya item angket dinyatakan tidak valid.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan dalam angket tidak

Tabel 1.10 : Hasil Analisis Validitas Variabel Kualitas Produk (X) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Kualitas Produk (X)	X1	0,541	0,1824	Valid
	X2	0,550	0,1824	Valid
	X3	0,660	0,1824	Valid
	X4	0,555	0,1824	Valid
	X5	0,662	0,1824	Valid
	X6	0,628	0,1824	Valid
	X7	0,647	0,1824	Valid
	X8	0,623	0,1824	Valid
	X9	0,559	0,1824	Valid
	X10	0,563	0,1824	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,761	0,70	Valid
	Y2	0,745	0,70	Valid
	Y3	0,768	0,70	Valid
	Y4	0,755	0,70	Valid
	Y5	0,757	0,70	Valid
	Y6	0,758	0,70	Valid
	Y7	0,759	0,70	Valid
	Y8	0,758	0,70	Valid
	Y9	0,759	0,70	Valid
	Y10	0,772	0,70	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

penelitian ini menggunakan rumus $df = N-2$ dimana N adalah jumlah sampel, maka didapatkan nilai $df = 116-2 = 114$. Pada $df = 114$ didapatkan r_{tabel} sebesar 0,1824. Nilai r_{tabel} yang di dapatkan sesuai dengan uraian di atas jika dibandingkan dengan hasil r_{hitung} maka uji validitas dalam pengolahan data ini dapat dikatakan valid.

Demikian juga pada variabel Y yang terdiri atas Y1, Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, juga menghasilkana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa semua instrument pada penilitian ini di nyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Realibilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana

stabilitas dan konsistensi jika pengukuran tersebut diulangi dimana dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70 (Ghozali, 2005 ; 41). Dimana spss yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan spss versi 25.

Parameter yang di gunakan dalam pengambilan keputusan untuk uji Reabilitas jika ;

1. Jika Nilai Cronbach Alpha > 0,7 (batas nilai cronbach's alpha) maka instrument pengamatan di nyatakan reliabel
2. Jika Nilai Cronbach Alpha < 0,7 (batas nilai cronbach's alpha)maka instrument pengamatan di nyatakan tidak reliabel.

Tabel 1.11 : Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (Y) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk(X)	,796	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,778	0,70	Reliabel

C. Uji – t

Uji t statistik, bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$. Bila nilai t_{hitung} lebih besar atau Sama dengan t_{tabel} berarti variabel tersebut signifikan, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel independent secara parsial. Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau p value $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya;
- b. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau p value $\geq \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independent secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 1.12 : Uji T (Parsial)

MODEL	UNSTANDARDIZED COEFFICIENTS		STRANDARDIZE D COEFFICIENTS	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constatnt) 1 Kualitas produk	11,400 ,722	2,316 ,057	,765	4,923 12,678	,000 ,000

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

a. Dependent Variabel : Kualitas Produk

Berdasarkan tabel distribusi $t_{student}$ dapat di lihat rumus sebagai berikut :

$$\frac{a}{2} = n - 2$$

$$\frac{0,5}{2} = 116 - 20,025 = 114$$

maka , nilai t_{tabel} yang di peroleh sebesar ,11400. dilihat pada tabel

bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (12,678 > 0,11400) dengan nilai signifikansi yang di peroleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,000 < 0,05). Maka dapat di simpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

c. Uji Regresi Sederhana

Tabel 1. 13 : Regresi Linear Sederhana

MODEL	UNSTANDARDIZED COEFFICIENTS		STRANDARDIZED COEFFICIENTS	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
a.(Constant) ¹	11,400	2,316		4,923	,000
b.kualitas produk	,345	,057	,765	12,678	,000

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = 11,400 + 0,722X$$

Menurut Sugiyono (2008:86) pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisis penelitian ini bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket. Dari persamaan regresi linear sederhana di atas memiliki arti bahwa koefisien b merupakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel X terhadap variabel Y. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel Proses Rekrutmen akan mempengaruhi kenaikan Produktivitas Kerja Karyawan sebesar 0,722.

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R²) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh

variabel bebasnya. Menurut pendapat (Ghozali 2016:95) mengatakan bahwa koefisien determinasi (R²) digunakan dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R² negatif, maka nilai adjusted R² dianggap nol.

Tabel 1.14 : Uji Korelasi Determasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,585	,581	2,078

Sumber : Data Olahan Penulis 2023

Dependent Variabel (Y) Keputusan pembelian Beradasrkan penelitian saya mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan jumlah responden 116 orang maka dapat di ambil kesimpulan. Artinya variabel X mempengaruhi kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sebesar 0,581 dan 58,1% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di ambil dalam penelitian ini.

Hasil ini menunjukkan maka dengan Kualitas Produk yang baik, maka keputusan pembaliankan meningkat sebesar 58,1% setiap ada perubahan pada perlakuan citra merek yang semakin baik maka memberi dampak keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Madu Kuansing. Adanya pengaruh yang besar diberikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggambarkan bahwa usaha pada CV Mutiara Madu Kuansing telah menerapkan secara langsung atau tidak langsung dalam meningkatkan kualitas produk usahanya terutama pada studi kasus madu.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian saya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu pada CV Mutiara Madu Kuansing di

Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi secara deskriptif yang telah dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 116 orang dengan incidental sampling (sampling kebetulan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ini berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada madu di CV Mutiara Madu Kuansing adapun faktor yang mempengaruhinya yaitu kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*) kesesuaian dengan spesifikasi (*performance to spesification*), fitur (*feature*).
2. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, bahwa keputusan yang diperoleh pada konsumen madu di CV Mutiara Madu Kuansing di kategorikan dengan pernyataan "Baik". Dan data tersebut diperoleh dari hasil koesioner yang dilakukan oleh konsumen,

menyatakan bahwa konsumen berkunjung di CV Mutiara Madu Kuansing karena keinginan pribadi dan harga yang sesuai dengan pendapatnya.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk madu pada CV Mutiara Madu Kuansing. Maka dapat diartikan bahwa hipotesis diterima. Hasil tersebut diperoleh dari pengelolaan dan dengan menggunakan uji t.

B. Saran

1. Dalam penelitian ini, variabel bebas (kualitas produk) merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi variabel bebas (keputusan pembelian). Maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti promosi, harga, inovasi produk, kemasan dan lain sebagainya ataupun variabel yang

dipakai dalam penelitian ini.

2. Diharapkan kepada pihak di CV Mutiara Madu Kuansing tetap mempertahankan kualitas pada madu serta menambah varian kemasan misalnya, seperti kemasan sachet menambah beberapa varian rasa seperti rasa jeruk, kurma, maupun strawberi sebagai upaya dalam meningkatkan daya tarik konsumen sehingga dapat memperbesar peluang terjadinya penjualan dan akan meningkatkan omset penjualan madu pada CV Mutiara Madu Kuansing.
3. CV Mutiara Madu Kuansing harus lebih meningkatkan promosi melalui sosial media agar konsumen berminat untuk membeli kembali

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-dasar pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, Sofjan. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Penerbit Rajawali Pers.

- Alma (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Erwin M.M., Musmulyadi, M.M, Inawati, M.M Suciati *Keputusan Pembelian Interaktif* CV Budiutama Yogyakarta.
- Ghozali (2005) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ketiga Semarang.
- Ghozali (2005) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi keempat Semarang.
- Hasan (2001) *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Edisi Kedua. Jakarta
- Kamaluddin,A.(2017). *AdministrasiBisnis*.Makassar:CVS ahMedia.
- Kotler, Philip, (2016). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)* Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Erlangga.Jakarta
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler (2004) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 2, PT Prenhallindo,. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta.
- Kotler dan Armstrong (2004) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga Jakarta
- Kotler, Armstrong, (2016). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)* Jakarta : Prenhallindo
- Lamb et al (2004). *Pemasaran*. Edisi Pertama oleh H.Tusakdiyah
- Lupiyoadi Terbitan: Salemba Empat, 2001
- Philip, Kotler Armstrong,*Prinsip-prinsip pemasaran* , Edisi.3, Jilid 1, Gary. Terbitan : Erlangga, 1997.
- Perilaku Konsumen. Etta Mamang Sangadji, Sopiah, MM, C.V ANDI OFFSET Andi Yogyakarta.
- Stanton, William j.2003, Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Ahli Bahasa Oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Siagian, Sondang P, (2020). *Filsafat Administrasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sofjan Assauri, (2008) M.B.A *Manajemen pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*
- Sofjan Assauri (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Abdullah Thamrin.
- Sudaryono *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* C.V ANDI OFFSET
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet

- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* Edisi Cetak I: Bandung: Alfabeta
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Siagian (2004) *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Liberty
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Siagian (2009) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi VI, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2012) *Memahami Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy, (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2019. *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono (2010) *Strategi Pemasaran, Edisi Revisi*, Yogyakarta: Andi Offset. Fandy, Tjiptono
- The Liang Gie (2014) *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- J.Winardi. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada Jakarta..
- Zulkifli, Azam Awang, A., Arief Rifai, i., Emrizal, Suryani, L., Andry, H., et al. (2013). *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa Edisi Revisi 2013*. Pekanbaru: Badan Penerbit Fisipol UIR.
- Zulkifli *Dasar Ilmu Lingkungan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardani Ketut Sri Agung. I Gusti Venia Okta Riska Ayu Kadek. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Merek Toyota Innova di Semarang*. Jurnal Ekonomi & Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

- Aniek Fatlahan. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Walls Magnum*. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Fuad dkk 2009. *Komitmen Organisasi dan Prestasi Kerja*. Jurnal Ilmu Manajemen
- Ghozali. 2005. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- John Sviokla Lupiyoadi. 2001. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Al-Zena Skincare Pati Cabang Winong*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Keller dan Kotler. 2009. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro Di Bandung*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Kotler dan Armstrong (2010) *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Studi pada pembeli produk bandeng jawana erlina semarang*. Jurnal Ekonomi.
- Mohammad Rachman, M Aulia. Rizan. 2013. *Pengaruh Kualias Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur*. Jurnal Manajemen.
- Maneke Lisbeth Walukow, Pratisitia Ligia Agnes. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Puspitasari, Devi dan Audita Nuvriasari. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger*, Jurnal penelitian Ekonomi dan Bisnis.
- Saida Zainurossalamia Amrullah, Pamasang S.Siburian. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Malang*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen.
- Siagian 2020 *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja*. Jurnal Ekonomi Bisnis
- Sugiyono dalam Sunny dan Dewi (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,* Jurnal Administrasi Bisnis.
- Venezza Sella Yansyah. Feri Ahmad. Martini Nofta Aldini. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian HandPHONE Oppo di KotaPagar Alam*. Jurnal Akuntansi Bisnis dan Keuangan.

Yefie Safrizal Achmad , Suharyono,
Abdillah Yusri *Pengaruh Kualitas
Produk Dan Kualitas Jasa
Terhadap Kepuasan Pelanggan*

*(studi pada pelanggan food and
beverage 8 oz coffee studio
malang). Jurnal Administrasi
Bisnis S1 Universitas Brawija.*