

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Pada Pt. Indomina Cipta Agung Pekanbaru

Nada Aleyna¹, Eka Komalasari²

^{1,2}*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Jln. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia*

Email: nadaaleyna@student.uir.ac.id, eka.komalasari@soc.uir.ac.id

Abstrak

Meningkatnya kesadaran tentang kesehatan akan kualitas makanan. Frozen food menjadi salah satu pilihan, apalagi sejak covid-19 pola konsumsi masyarakat berubah sehingga meningkatnya permintaan terhadap makanan sehat yang berkualitas namun praktis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian frozen food pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan metode survei, dimana data dikumpulkan melalui dokumentasi, interview dan penyebaran kuesioner kepada 30 customer PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antara variabel kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y). hasil analisis dari SPSS 25, diperoleh t_{hitung} kualitas produk (X) sebesar 3,811 dan nilai sig adalah $0,01 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). selanjutnya, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,342 artinya variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara stimulan oleh variabel kualitas produk (X) sebesar 34,2% dan 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian, seperti persepsi harga, brand awareness, kualitas pelayanan, promosi, citra merek dan lain sebagainya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, *Frozen Food*.

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON FROZEN FOOD PURCHASE DECISIONS AT PT. INDOMINA CIPTA AGUNG PEKANBARU

Abstract

Increased awareness about health of food quality. Frozen food is one of the choices, especially since Covid-19 people's consumption patterns have changed so that the demand for quality but practical healthy food has increased. This study aims to analyze the influence of product quality on the purchase decision of frozen food at PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. The approach used in this study is quantitative with a survey method, where data is collected through documentation, interviews and the distribution of questionnaires to 30 customers of PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. Data analysis

was carried out by simple linear regression to test the relationship between the product quality variable (X) and the purchase decision (Y). The results of the analysis from SPSS 25, obtained a product quality (X) of 3.811 and a GIS value of $0.01 < 0.05$, so it can be concluded that $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 is accepted which means that the product quality variable (X) has a positive and significant effect on the purchase decision (Y). Furthermore, based on the results of the determination coefficient test (R^2) of 0.342 means that the purchase decision variable (Y) is stimulative influenced by the product quality variable (X) by 34.2% and 65.8% is influenced by other variables that were not studied in the study, such as price perception, brand awareness, service quality, promotion, brand image and so on.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision, Frozen Food.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak kasus pandemi covid-19, terjadi penurunan yang drastis terhadap pola konsumsi masyarakat sehingga kinerja perekonomian Indonesia sepanjang kuartal I tahun 2020 hanya tumbuh sebanyak 2,97% (Victoria., 2020). Sehingga terciptanya perubahan pola konsumsi atau tren baru ditengah masyarakat karna adanya ketidakpastian kapan pandemic covid-19 akan berakhir. Seperti:

1. Minimal human touch points, karna adanya kebijakan social distancing sehingga konsumen ingin membatasi diri dari keramaian.
2. Healty eating, nilai konsumsi makanan sehat dengan pengolahan yang baik.
3. Food safety, adanya kekhawatiran terhadap keamanan pangan ini juga menjadi alasan terjadinya home cooking.
4. Kesadaran akan makanan lokal, sehingga meningkatnya permintaan untuk makanan yang lebih bergizi (Sari, K. 2020).

Faktor utama yang dipilih oleh konsumen terkait produk makanan adalah karna kualitasnya. Oleh sebab itu, PT. Indomina Cipta

Agung mengusahakan penguasaan bahan baku yang baik, sehingga produk-produk yang dihasilkan memiliki rasa, tekstur, dan kualitas yang unggul.

Tabel 1. Produk PT. Indomina Cipta Agung

No	Nama Produk	Harga / Bungkus (Rp)
1	Original Fish Ball	22.000
2	Shrimp Flavoured Fish Ball	27.000
3	Lobster Flavoured Fish ball	30.000
4	Crab Flavoured Fish Ball	25.000
5	Salmon Flavoured Fish Ball	25.000
6	Squid Flavoured Fish Ball	30.500
7	Vegetable Fish Ball	25.000
8	Oriental Cartoon Fish Ball	24.000
9	Otak – Otak Ikan	18.000
10	Otak – Otak Ikan ala Singapore	23.000
11	Scallop Mix Chicken	27.000
12	Fish Tofu	20.000

13	Fish Cake	22.000
14	Sosis Bambu	23.500
15	Sosis Salju	18.500
16	Chikuwa	27.000
17	Cheese Dumpling	30.000
18	Baso Sandwich	25.000
19	Baso Bantal	22.500
20	Baso Udang	23.000
21	Row Roll	30.500
22	Odeng	25.000
23	Tempura Isi	23.500
24	Coin Star	23.000
25	Cumi Flower	22.000
26	Bentuk Udang	22.000
27	Bentuk Bintang	22.500
28	Bentuk Ikan	20.000
29	Balado	24.000
30	Kue Bulan	23.000

(Sumber : PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah cakupan variabel penelitian ini dibatasi dalam dua variabel yang diteliti yaitu Kualitas Produk (X) dan Keputusan Pembelian (Y), berdasarkan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Kualitas Produk Frozen Food pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru?
2. Bagaimanakah Keputusan Pembelian Frozen Food pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru?
3. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru?

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kekuatan ataupun kelebihan yang ada pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Ahyari dalam

Lisdiyawati., 2024). Sedangkan menurut pengertian lain, kualitas produk merupakan sesuatu yang berhubungan dengan fisik, manfaat, serta sifat produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen berdasarkan nilai uang yang mereka keluarkan (Supriyadi, Wahyu Wiyani., 2017).

Menurut Orville, Larreche dan Boyd dalam Safitri et al., (2022). Indikator kualitas produk, yaitu:

1. Daya tahan (durability)

Daya tahan produk berhubungan dengan berapa lamanya produk bisa bertahan terhadap berbagai keadaan yang mungkin terjadi dan lamanya umur produk atau kadaluarsa. Daya tahan dari produk tersebut dapat terjamin dari besarnya frekuensi produk yang dipasarkan.

2. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)

Kesesuaian ini terkait sejauh mana karakteristik produk bisa memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen, dengan kata lain tidak terdapat kecacatan pada produk yang dipasarkan. Semakin kecil kerusakan yang terjadi pada produk yang dipasarkan, maka produk tersebut dikatakan dapat diandalkan.

3. Reliabilitas (reliability)

Reliabilitas berkaitan dengan, apakah produk yang dipasarkan dapat bekerja dengan baik dan memuaskan keinginan konsumen yang dituju atau tidak dalam waktu yang telah ditentukan. Semakin besar minat konsumen kepada produk maka keputusan membeli produk tersebut akan semakin luas jangkauannya.

B. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses mengenali sebuah masalah, mencari informasi dan mencari alternatif, dengan kata lain beberapa langkah yang dilalui oleh konsumen

sebelum mengambil keputusan pembelian terhadap sebuah produk (Kotler dalam Novita, 2024). Sedangkan menurut Nurmansyah (2018:280) Pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses yang terjadi sebelum calon konsumen membeli sebuah produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu mengetahui apa saja yang dibutuhkan konsumen dan agar selalu diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Solihat dalam Wangsa et al (2022). Indikator keputusan pembelian antaranya:

1. Kemantapan pada sebuah produk
Yaitu suatu keadaan dimana konsumen benar-benar yakin dan mantap untuk membeli sebuah produk yang diinginkan nya.
2. Kebiasaan dalam membeli produk
Yaitu perilaku atau kebiasaan konsumen dalam membeli sebuah barang atau produk yang sama, karna produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
3. Kesediaan dalam merekomendasikan
Merupakan bentuk dari kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah dibelinya, dengan cara merekomendasikan produk tersebut kepada orang-orang terdekat seperti keluarga, teman dan saudara.
4. Minat berkunjung kembali
Ialah ketersediaan konsumen untuk membeli ulang produk tersebut karna konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari produk tersebut dan sesuai dengan keinginannya.

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan merupakan penelitian metode kuantitatif dengan metode

survey. Penelitian survey umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi sebuah pengamatan yang tidak terlalu mendalam. Sehingga metode survey ini tidak memerlukan kelompok pengontrol, namun generalisasi yang dilakukan lebih akurat apabila sampel yang digunakan sampel yang representative (David Kline:1980). Metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *frozen food* pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada PT. Indomina Cipta Agung khususnya pada Kantor Cabang di Kompleks perumahan platinum block C No. 12, Jl. Air Hitam, Labuh Baru Barat., Kec. Payung Sekaki, Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada PT. Indomina Cipta Agung khususnya pada kantor Cabang Kota Pekanbaru. Riau.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Dikutip dari buku metode penelitian kuantitatif kualitatif prof., Dr. sugiono (2019:126) populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Selanjutnya ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu konsumen frozen food Indomina di Kota Pekanbaru. Dari populasi ini, peneliti dapat melakukan pengambilan kesimpulan setelah melalui proses pengkajian.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 orang customer sebagai responden yang bersifat keseluruhan karna populasi penelitian terbatas. Lebih jelasnya bisa dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 2. Sampel Penelitian

No	Jenis Populasi	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
1	Customer	30	30
Jumlah		30	30

(Data Olahan Peneliti, 2025)

Menurut Sugiyono (2017:156) penetapan sampel didasarkan dalam buku *Research Methods for Bussines* (1982:253) yang menyarankan ukuran sampel dalam penelian yang layak ialah antara 30 sampai 500.

D. Teknik Penarikan dan Sample Penelitian

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampel simple random sampling. Menurut Sugiyono (2019), simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau kelompok dalam populasi, sehingga setiap anggota memiliki kesempatan yang setara untuk masuk ke dalam sampel. Simple random sampling bertujuan untuk memberikan peluang yang sama kepada seluruh populasi karyawan pada PT. Primadona Jaya Pratama untuk terpilih menjadi sampel, menghasilkan data yang representatif dan akurat.

E. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi atau objek penelitian. Data primer ini dikumpulkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada karyawan PT. Primadona Jaya Pratama Pekanbaru, khususnya yang menjadi sampel dalam penelitian ini. kepada karyawan PT. Primadona Jaya Pratama Pekanbaru, khususnya yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari berbagai sumber yang

bersifat mendukung penelitian ini seperti buku, jurnal, literature, internet serta bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini dan segala dokumentasi yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2017:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui responden secara lebih mendalam yang jumlah respondennya sedikit atau kecil.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, karna dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden secara langsung atau dikirim untuk dijawabnya.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang kompleks, teknik pengumpulan ini digunakan apabila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja dan jumlah responden yang diamati tidak terlalu besar.

4. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006: 231) Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti akurat dari sumber yang jelas seperti dokumen resmi, transkrip, buku catatan, majalah dan semua yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat, seperti melakukan foto

dokumentasi yang diambil bersama karyawan dan konsumen PT. Indomina Cipta Agung saat melakukan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data pada metode kuantitatif merupakan metode pendekatan penelitian

yang menggunakan rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *frozen food* pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. Maka penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana dua variabel, yaitu satu variabel bebas (X1) dan satu variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden terkait Variabel Kualitas Produk pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru

No.	Indikator	Skor	Kategori
1.	Daya tahan (Durability)	257	Sangat Setuju
2.	Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications)	268	Sangat Setuju
3.	Reliabilitas (Reliability)	264	Sangat Setuju
Jumlah		789	Sangat Setuju

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 3. diatas, diketahui rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel kualitas produk (X), dapat diketahui jumlah masing-masing skor dari indikator yaitu Daya tahan (Durability) yang mendapatkan skor 257, Kesesuaian dengan spesifikasi

(Conformance to specifications) yang mendapatkan skor 268 dan Reliabilitas (Reliability) yang mendapatkan skor 264. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga indikator kualitas produk memiliki skor 789 dengan kategori "Sangat Setuju".

Tabel 4. Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden terkait Variabel Keputusan Pembelian pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru

No.	Indikator	Skor	Kategori
1.	Kemantapan pada sebuah produk	265	Sangat Setuju
2.	Kebiasaan dalam membeli produk	260	Sangat Setuju
3.	Kesediaan dalam merekomendasikan	258	Sangat Setuju
4.	Minat berkunjung kembali	259	Sangat Setuju
Jumlah		1.042	Sangat Setuju

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4. diatas, diketahui rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel keputusan pembelian (Y), dapat

diketahui jumlah skor masing-masing indikator yaitu Kemantapan pada sebuah produk yang mendapatkan skor 265, Kebiasaan dalam

membeli produk yang mendapatkan skor 260, Kesiapan dalam merekomendasikan yang mendapatkan skor 258 dan Minat berkunjung kembali yang mendapatkan skor 259. Dari hasil

keseluruhan dapat disimpulkan bahwa keempat indikator keputusan pembelian memiliki skor 1.042 dengan kategori "Sangat Setuju".

HASIL UJI ANALISIS DATA

A. Uji Validitas

Tabel. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

	Pernyataan	Rhitung	Rtabel (a=0,05)	Keterangan
Kualitas Produk	X1	0,488	0,361	Valid
	X2	0,771	0,361	Valid
	X3	0,538	0,361	Valid
	X4	0,560	0,361	Valid
	X5	0,622	0,361	Valid
	X6	0,579	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,698	0,361	Valid
	Y2	0,409	0,361	Valid
	Y3	0,759	0,361	Valid
	Y4	0,606	0,361	Valid
	Y5	0,368	0,361	Valid
	Y6	0,442	0,361	Valid
	Y7	0,558	0,361	Valid
	Y8	0,370	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

Dari data tabel diatas dapat dilihat hasil pengamatan pada rhitung dengan ketentuan

rtabel untuk 30 responden dari 0,05 yaitu 0,361 dengan menggunakan SPSS versi 25.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Ketentuan Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk(X)	0,619	> 0,6	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,619	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

Adapun ketentuan yang dinyatakan reliabilitas adalah melihat jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 (batas nilai cronbach's alpha) maka instrument pengamatan di nyatakan reliabel. Dan jika nilai

Cronbach's Alpha < 0,6 (batas nilai cronbach's alpha) maka instrument pengamatan dinyatakan tidak reliabel

C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji analisis linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen

(bebas) yaitu Kualitas Produk (X) dan variabel dependen (terikat) Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.440	4.787		3.434	.002
	Kualitas Produk	.681	.179	.584	3.811	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS, 2025.

Dari analisis linear sederhana menunjukkan bahwa :

- a. Koefisien untuk keputusan pembelian bernilai positif, berarti kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- b. Nilai konstanta (a) sebesar 16.440 berarti apabila variabel kualitas produk diasumsikan 0, maka keputusan pembelian bernilai 16.440
- c. Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,681 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas produk, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,681.

D. Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Uji t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat (Y) berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas (X) dengan tingkat sig $\alpha = 0,01$. Jika hitung $\leq (t_{tabel})$ maka terdapat hubungan signifikan dan variabel terikat terhadap variabel bebas. Jika hitung $\geq (t_{tabel})$ maka tidak dapat hubungan yang signifikan dari variabel terikat terhadap variabel bebas. Uji t dilakukan perbandingan nilai (t_{hitung}) dengan nilai (t_{tabel}) sebagai berikut :

- a. H_0 = apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat terpengaruh dengan variabel (X) terhadap (Y).
- b. H_a = apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat terpengaruh dengan variabel (X) terhadap (Y). Dari hasil SPSS Versi 25 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji-T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.440	4.787		3.434	.002
	Kualitas Produk	.681	.179	.584	3.811	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025.

Diketahui nilai (r_{tabel}) dengan sampel (n) = 30, jumlah variabel (k) = 2, taraf signifikan α = 5% atau 0,05, dan *degree of freedom* (df).

Dapat dilihat pada rumus berikut :

$$\begin{aligned}
 t\text{-tabel} &= t(\alpha / 2 : n - k) \\
 &= t(0,05 / 2 : 30 - 2) \\
 &= 0,025 : 28 \\
 &= 2,048
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- N = Jumlah
- K = Jumlah Variabel bebas
- α = *constant*

Berdasarkan hasil yang diperoleh t_{hitung} kualitas produk (X) sebesar 3,811 dan nilai sig adalah $0,01 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa;

- a. H_0 diterima yang berarti variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui

seberapa besar kontribusi antara dua variabel. Untuk mengetahui hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.342	.318	1.99330

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.342 yang artinya kualitas produk berpengaruh sebesar 34,2% terhadap keputusan pembelian *frozen*

food Pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti harga, loyalitas dan citra merek yang tidak diteliti dalam penelitian.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk terhadap Keputusan pembelian *frozen food* Pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru. Maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji variabel kualitas produk *frozen food* pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel penelitian, hal ini dibuktikan dari 3 indikator variabel yang kemudian di kembangkan menjadi 6 pernyataan yang secara keseluruhan berada pada kategori "Sangat Setuju".
2. Berdasarkan hasil uji variabel kualitas produk *frozen food* pada PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel penelitian, hal ini dibuktikan dari 4 indikator variabel yang kemudian di kembangkan menjadi 8 pernyataan yang secara keseluruhan berada pada kategori "Sangat Setuju"
3. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi menunjukkan adanya korelasi signifikan antar variabel kualitas produk (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) yakni 0,342 yang artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi secara stimulan oleh variabel kualitas produk sebesar 34,2% sementara itu 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijabarkan diatas, melalui penelitian ini penulis menyarankan beberapa saran agar PT. Indomina Cipta Agung Pekanbaru, sebagai berikut :

1. Berdasarkan rekapitulasi jawaban pada variabel kualitas produk, diharapkan kepada perusahaan tetap

menjaga dan mempertahankan kualitas produk secara konsisten, terutama pada aspek rasa, kebersihan dan daya tahan produk agar tetap dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas dari customer.

2. Mengoptimalkan design dan informasi yang ada pada kemasan, agar tetap menarik minat serta membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian.
3. Perusahaan perlu melakukan survey berkala terkait kepuasan konsumen agar tetap bisa mengetahui informasi terkini terkait kebutuhan dan harapan konsumen terhadap *frozen food* indomina.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andini, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Merek Lois Jeans Di Streat Shop Lois)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee. *Jurnal Manajerial*, 20(2), 208-216.
- Ariyanto, A. K., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli masyarakat

- terhadap smartphone merk Cina. *Widya Manajemen*, 3(2), 117-127.
- Bungin, B. (2019). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Dewi, I. C. (2011). *Pengantar ilmu administrasi*. Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya.
- Fakhri, R., & Rofidah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cireng Frozen Food Pada CV. *œXYâ€*. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 14(4), 355-364.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kurniawan, E. R. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. XYZ. *Journal Economic Insights*, 2(2), 165-170.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15 Global Edition. Boston: Pearson.
- Liana, T. U., & Saputra, N. (2023). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. EXPRAVET NASUBA MEDAN. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), 100-110.
- Lisdiyawati, C., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Crispy Chicken Nugget Merek Kanzler di Kota Surabaya. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7(10), 91-100.
- Maharani, A., & Putri, A. R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Tweency Frozen Food di Depok. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 278-287.
- Margaretha S. & Edwin Japarianto. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Nurmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press.
- Novita, F., Suci, R. P., & Rahayu, Y. I. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi Oleh Penerapan E-Commerce (Studi Kasus Pada UMKM Mak Epa Frozen Food DiKota Malang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 9(2), 140-149.
- Rahma, A. R., (2023). *Penguasaan Bahan Baku Sebagai Keunggulan Utama: Melihat*

- Kualitas Terbaik di Balik Layar PT. Indomina Cipta agung. Diakses pada 05 Agustus 2024 dari :
<https://www.kompasiana.com/aufaatriliarahma3725/6562d20dc57afb3606171db2/penguasaan-bahan-baku-sebagai-keunggulan-utama-melihat-kualitas-terbaik-di-balik-layar-pt-indomina-cipta-agung>
- ROBIN KAMANDANU SEMBIRING, R. O. B. I. N. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. TELKOM KABANJAHE (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITILY BERASTAGI).
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470-478.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mie gacoan (studi pada pelanggan mie gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Sari, K. W. (2020, Oct 6). "Tantangan dan Tren Pola Konsumsi Masyarakat di Indonesia berubah?". Website UGM. Diakses pada 05 Agustus 2024, dari <https://cfns.ugm.ac.id/2020/10/06/ta-ntangan-dan-tren-makanan-di-indonesia-berubah/>
- Sartono. (2019). Pengantar Ilmu Administrasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–9.
- [http://repository.unpas.ac.id/9946/4/BAB II acul.pdf](http://repository.unpas.ac.id/9946/4/BAB%20II%20acul.pdf)
- Septiawan, A., & Aji, A. M. (2016). Kewenangan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia Pasca Berlakunya UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 3(2), 167-196.
- Siagian, S. P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Siagian, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123-130.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sula, A. E. (2021). Analisis bisnis dan tren konsumsi masyarakat kabupaten bangkalan terhadap frozen food pada masa pandemi covid 19. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 52-68.
- Sunarti, N., & Puspitasari, E. (2022). Pengembangan Organisasi (Tinjauan Umum Pada Semua Organisasi). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(2), 399-412.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan

pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).

Tanjung, A. S., Purba, A. M., & Muhammad, M. (2022). Pemahaman terhadap Teori-Teori Organisasi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 5816-582.

Wahyudi, S., & Syafaruddin, Z. (2024). Menjelajahi Peran Kemampuan Dinamis dalam Meningkatkan Kebaruan Produk Baru: Fokus pada Sensing, Seizing, dan Resource Reconfiguration. *SYNERGY: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 53-60.