

## PENGARUH PENGEMASAN, HARGA, DAN KUALITAS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SAMBEL PECEL “KAROMAH”

Uswatun Hasanah<sup>1</sup>, Ismayantika Dyah Puspasari<sup>2</sup>, Dyah Ayu Paramitha<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[uuuswaaa@gmail.com](mailto:uuuswaaa@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 11/06/2022

Tanggal Revisi : 10/07/2022

Tanggal Diterima : 13/07/2022

### Abstract

*The purpose of this study is to analyze and determine the effect of packaging, price, and quality simultaneously on the consumer purchasing decision-making process at UD. Sambal Pecel "KAROMAH". Accidental Sampling is a sampling technique used, with a sample of 40 respondents, in the process of collecting data it is done by means of a questionnaire. Quantitative is the method applied in this research. with an explanatory research approach that applies data analysis through validity and reliability tests, classical assumption tests, coefficients of determination test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Then the results obtained R square of 51.0%. The results show that the effect of the 3 independent variables on the dependent variable is 51.0%. While the remaining 49.0% is described by other variables but not examined in this study.*

**Keywords: Packaging, Price, Quality, Purchase Decision**

### Abstrak

Tujuan dalam penelitian adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen pada UD. Sambal Pecel “KAROMAH”. *Accidental sampling* merupakan teknik *sampling* yang digunakan, dengan sampel yang berjumlah 40 responden, dalam proses mengumpulkan data dilakukan dengan cara kuesioner. Kuantitatif adalah metode yang diterapkan dalam penelitian ini. dengan pendekatan *explanatory research* yang menerapkan analisis data melalui uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisiensi determinasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Kemudian didapat hasil *R square* sebesar 51,0%. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh 3 variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 51,0%. Sedangkan sisa 49,0% dijabarkan oleh variabel lain namun tidak dikaji dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Pengemasan, Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian**

### PENDAHULUAN

Sambal dianggap sebagai bahan makanan pelengkap cita rasa makanan utama di Indonesia. Oleh karena itu masyarakat terbiasa dengan adanya sambal dalam sajian makanan sehari-hari. Sambal pecel merupakan salah satu sambal yang populer di Indonesia. Tingginya jumlah permintaan produk sambal membuat banyak produsen sambal bersaing untuk menciptakan inovasi baru dalam cita rasa sambal. Kondisi ini membuat setiap produsen lebih kompetitif dalam berinovasi, kreatif dalam mengembangkan produk agar dapat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, agar produk dapat disukai konsumen dan dapat bersaing dengan produk merek lain.

Agar mampu bersaing dengan produk lain maka hal yang perlu diperhatikan adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran produk terdiri dari indikator-indikator pemasaran 4P (*product, price, promotion, place*) yang perkembangannya searah dengan pergerakan perusahaan, perubahan apa saja yang terjadi di dalam pemasaran serta perubahan sikap oleh konsumen. Oleh karena itu menganalisis sikap konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian merupakan hal penting, karena dengan memiliki pengetahuan dasar tentang perilaku konsumen dapat memberikan evaluasi yang baik dalam penyusunan strategi pemasaran.

Keputusan pembelian merupakan proses sejauh mana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta mengevaluasi dengan baik pada setiap alternatif, yang kemudian

berujung kepada keputusan pembelian [1]. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya keputusan pembelian ialah proses pengambilan keputusan oleh konsumen yang bermula dengan memahami masalah sesudah itu mengevaluasinya lalu memutuskan produk yang mana sesuai dengan kebutuhannya.

Pengemasan menjadi salah satu faktor penting dalam manajemen pemasaran, pembungkus dengan bahan pengemas yang sesuai untuk melindungi produk dari produsen hingga sampai pada tangan konsumen [2]. Melalui kemasan, identifikasi suatu produk menjadi lebih mudah dan mencegah terjadinya pertukaran dengan produk lain. Kemasan menjadi salah satu cara produsen membuat produknya berbeda dengan produk lain, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan. Oleh karena itu, kemasan baiknya dibuat menarik sehingga dapat menarik perhatian pembeli untuk melakukan pembelian.

Harga menjadi faktor lain yang penting dalam pemasaran, harga menjadi penentu berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan, sebab harga menjadi penentu besar kecilnya profit yang diperoleh oleh perusahaan melalui penjualan produk [3].

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian ialah kualitas produk, yang mana tingkatan mutu diharapkan memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk dapat ditentukan melalui kegunaan atau fungsinya, oleh karena itu kualitas suatu produk perlu dijaga dengan baik, sebab semakin baik kualitas suatu produk maka minat pembeli akan makin tinggi untuk membeli produk tersebut [4].

Terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang keputusan pembelian yang memberikan hasil yang berbeda, dalam penelitian yang berjudul "pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda" [5]. Tujuan dalam penelitian adalah mengetahui pengaruh variabel independen (kelengkapan produk, harga dan lokasi) secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Metode dalam penelitian ini ialah Kuantitatif. Dan hasil dari penelitian ini ialah variabel terikat (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel bebas (kelengkapan produk, harga dan lokasi) secara simultan, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi secara parsial oleh variabel harga dan lokasi, sedangkan kelengkapan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian lain yang berjudul "pengaruh inovasi, kreativitas, dan kualitas terhadap keunggulan bersaing (studi kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR")" [6]. Menganalisis pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan kualitas terhadap keunggulan bersaing ialah tujuan dalam penelitian ini. Metode penelitian langsung dan kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah keunggulan bersaing dipengaruhi oleh inovasi produk, kreativitas, dan kualitas secara individual berpengaruh positif dan signifikan.

Dari berbagai kalangan masyarakat saat ini banyak yang gemar dengan sambal pecel, khususnya masyarakat pulau Jawa. Sambal pecel menjadi bumbu pelengkap makanan. UD, Sambal Pecel "KAROMAH" menjadi salah satu produsen sambal pecel yang memiliki jumlah pelanggan cukup banyak di Kediri, akan tetapi sistem penjualan yang masih monoton dengan hanya menunggu pesanan dari konsumen menyebabkan kurangnya jangkauan target pasar yang akan dicapai. Serta, pengetahuan produk dan skill komunikasi yang kurang luwes dalam menjelaskan atau melakukan pendekatan kepada calon pembeli menyebabkan turunnya minat untuk melakukan keputusan pembelian. Terlebih dalam era modern ini, penggunaan media online seharusnya dapat menjadi media bagi pengusaha dalam berinovasi. Hal tersebut tentunya wajib didampingi dengan strategi serta perencanaan yang baik dan matang agar dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka peneliti memilih judul "Pengaruh Pengemasan, Harga, dan Kualitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Sambal Pecel "KAROMAH".

## METODE

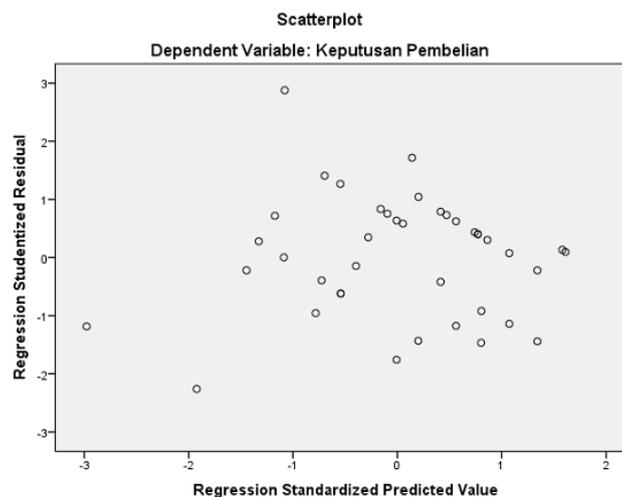
Kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan, dan kausalitas merupakan tekniknyanya. UD. Sambal Pecel "KAROMAH" yang berada di Jl. Tembus, Ds. Jatirejo, Kec. Banyakan, Kab. Kediri, Jawa Timur adalah tempat penelitiannya. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampelnya. Untuk

memperoleh hasil pada penelitian ini perlu dilakukan pengolahan data, teknik untuk menganalisis data yang digunakan terdiri dari pengujian instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis datanya.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan dalam uji validitas yang telah dilakukan, didapatkan hasil seluruh item pertanyaan lolos uji validitas. Yaitu dibuktikan dengan nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel, artinya seluruh butir pernyataan dalam instrumen pada penelitian ini dapat dinyatakan valid. Pada hasil perhitungan dalam uji reliabilitas didapatkan nilai koefisien reliabilitas variabel pengemasan ( $X_1$ ) sebesar 0,729, harga ( $X_2$ ) 0,708, kualitas ( $X_3$ ) 0,826, dan variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) 0,812. Berdasarkan nilai tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel di dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel, hal ini dibuktikan oleh nilai *alpha cronbach's* lebih dari 0,6.

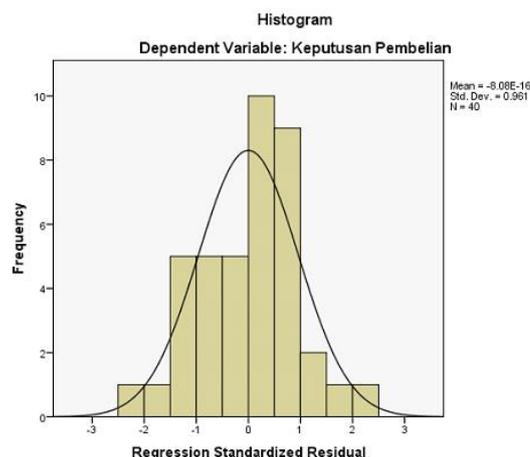
Dari hasil uji multikolinieritas didapat nilai Toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kolerasi yang sempurna antara variabel independen dalam penelitian ini. Dari uji autokorelasi menunjukkan hasil nilai DW sebesar 2,091, dengan menggunakan signifikan 0,05 (5%), dengan jumlah sampel 40 dan variabel bebas 3, sehingga dalam tabel DW akan dapat diperoleh nilai  $DU = 1.6589$ . Karena nilai DW  $2.091 > DU 1.6589$  dan kurang dari  $(4-DU) 4-1.6589 (2,3411)$ , maka DW terletak di antara  $DU$  dan  $(4-DU)$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.



**Gambar 1. Grafik Scatterplots**

Sumer : Data diolah 2022

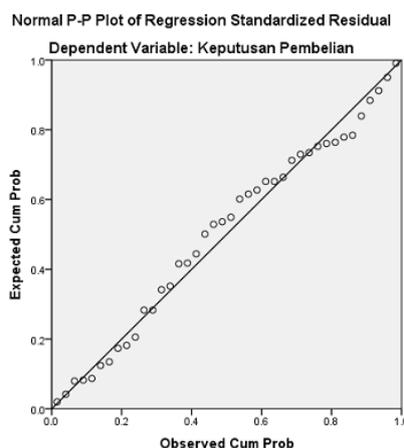
Pada gambar 1 yaitu grafik *scatterplots* dapat dilihat titik-titik menyebar dengan acak dan tidak memperlihatkan pola tertentu, menyebar di atas ataupun di bawah 0 pada sumbu Y. maka diketahui tidak terdapat heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini.



**Gambar 2. Histogram Uji Normalitas**

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan grafik histogram gambar 2 dapat diketahui bahwa grafik histogram memperlihatkan pola distribusi yang berbentuk simetris, hal ini dapat diketahui melalui garis histogram yang tidak menceng ke kanan ataupun ke kiri, maka dapat disimpulkan penyebaran pendistribusian data terjadi secara normal.



**Gambar 3. P-Plot Uji Normalitas**

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji normalitas juga dapat dideteksi melalui grafik *Normal P-Plot* seperti pada gambar 3, dapat disimpulkan bahwa data tersebar secara normal, hal tersebut dibuktikan dari penyebaran titik yang melingkar disekitar sumbu diagonal dalam grafik.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

|   |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |      |
|---|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
|   |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |      |
|   | Model             | B                           | Std. Error | Beta                      | Sig. |
| 1 | (Constant)        | 1.078                       | 2.850      |                           | .978 |
|   | Pengemasan Produk | .806                        | .191       | .525                      | .000 |
|   | Harga Produk      | .924                        | .277       | .788                      | .001 |
|   | Kualitas Produk   | .540                        | .130       | .887                      | .000 |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dalam hasil uji regresi linier berganda di atas dengan SPSS 24, maka dapat dirumuskan persamaan regresi seperti berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,078 + 0,806 X_1 + 0,924 X_2 + 0,540 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut menunjukkan bahwa jika variabel (X1), (X2) dan (X3) bernilai 0, maka keputusan pembelian (Y) adalah 1,078.

**Tabel 2. Hasil Uji-t (Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

|   | Model             | t     | Sig. |
|---|-------------------|-------|------|
| 1 | (Constant)        | .027  | .978 |
|   | Pengemasan Produk | 4.224 | .000 |
|   | Harga Produk      | 3.697 | .001 |
|   | Kualitas Produk   | 4.147 | .000 |

a. Dependen variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Dari hasil perhitungan pada tabel 2 diperoleh nilai signifikansi variabel X1 = 0,000, variabel X2 = 0,001, dan variabel X3 = 0,000, yang mana nilai tersebut <0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, variabel pengemasan, harga, dan kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3. Hasil Uji-F (Simultan)  
ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | F      | Sig.              |
|-------|------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 14.534 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   |        |                   |
|       | Total      |        |                   |

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan pada hasil uji-F pada tabel 3, didapatkan signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga, jika pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat, sebaliknya jika pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk menurun, maka keputusan pembelian juga akan menurun.

**Tabel 4.14  
Hasil Adjusted R<sup>2</sup>**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .740 <sup>a</sup> | .548     | .510              | 1.69945                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengemasan Produk, Harga Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dalam tabel 4 dapat dilihat nilai *adjusted R*<sup>2</sup> = 0,510. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (pengemasan, harga, dan kualitas) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 51,0% dan sisanya 49,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berikut merupakan konklusi pada penelitian ini: keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH” dipengaruhi oleh pengemasan secara parsial. Keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH” dipengaruhi oleh harga secara parsial. Keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH” dipengaruhi oleh kualitas secara parsial. Keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH” dipengaruhi oleh pengemasan, harga, dan kualitas secara simultan.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tjiptono F. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi; 2012.
- [2] Sunyoto D. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service); 2014.
- [3] Kotler P, Armstrong G. Dasar-Dasar emasaran. 9th ed. Jakarta : Indeks; 2012.
- [4] Kotler P, Armstrong G. Prinsip- Prinsip Pemasaran. 1st ed. Jakarta: Erlangga; 2018.
- [5] Supirman. Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.. E-Journal Adm Bisnis 2018;4.
- [6] Kurniasari RD. Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”). J Penelit Dan Kaji Ilm Fak Ekon Univ Negeri Yogyakarta 2018;2.