

Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Keripik Singkong PILLA CV. Kembang Jaya di Desa Karangnom Kecamatan Pasrujambe)

Maria Ulfa Hidayah¹ Nawangsih² Ninik Lukiana³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email : hidayahmariaulfa@gmail.com¹

Email : lovinawang@gmail.com²

Email : ibundaninik@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 1

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2019

Halaman 43-47

ABSTRAK

Indonesia kini memiliki tingkat persaingan wirausaha sangat tinggi, karena setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dengan memperoleh konsumen baru yang lebih banyak. Setiap orang selalu mempertimbangkan sesuatu sebelum melakukan keputusan pembelian, apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan, apakah sudah sesuai dengan kondisi dan kemampuan dirinya, seperti biaya yang dibutuhkan untuk membeli produk tersebut. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan agar konsumen mengambil keputusan pembelian maka diperlukan suatu standarisasi kualitas agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA CV. Kembang Jaya baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan teknik *Probability Sampling* teknik pengambilan sampel yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling* kepada 60 responden pada pelanggan keripik singkong PILLA CV. Kembang Jaya. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 3,211 + 0,512X_1 + 0,535X_2$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 32,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan saluran distribusi, sedangkan sisanya yaitu 67,1% kepuasan berkunjung yang disumbangkan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan saluran distribusi baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA CV. Kembang Jaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Indonesia now has a very high level of entrepreneurial competition, because every company always tries to increase market share by acquiring more new customers. Everyone always considers something before making a purchase decision, whether the product to be purchased is in accordance with the wishes or needs, whether it is in accordance with the conditions and capabilities of himself, such as the costs needed to buy the product. To achieve the desired product quality so that consumers make purchasing decisions, a quality standardization is needed so that the products produced can meet established standards. The problem in this study is whether there is a significant influence on the variable quality of products and distribution channels on the decision to purchase cassava chips PILLA CV. Kembang Jaya both simultaneously and partially. This research is a type of quantitative research. Data collection techniques using questionnaires, with

Probability Sampling techniques selected sampling technique is Simple Random Sampling to 60 respondents to customers cassava chips PILLA CV. Kembang Jaya. The resulting multiple linear regression function is $Y = 3,211 + 0,512X_1 + 0,535X_2$. The results of the coefficient of determination indicate that 32.9% of purchasing decisions can be explained by independent variables, namely product quality and distribution channels, while the remaining 67.1% visit satisfaction contributed by other variables not examined in this study. The results of this study indicate that product quality and distribution channels both simultaneously and partially have a significant positive effect on the purchasing decision of cassava chips PILLA CV. Kembang Jaya.

Keywords: Product Quality, Distribution Channels, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Indonesia kini memiliki tingkat persaingan wirausaha sangat tinggi, karena setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dengan memperoleh konsumen baru yang lebih banyak. Keadaan wirausaha berubah secara dinamis seiring dengan adanya perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar dan perubahan selera setiap konsumen yang kian beraneka ragam. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang bisnis bagi perusahaan, maka pengusaha harus bisa memilih strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat memenangkan persaingan dan bertahan, hingga tujuan perusahaannya dapat tercapai dengan baik. Saat ini banyak adanya wirausaha, mulai dari yang sederhana hingga yang sangat unik dan beraneka ragam dengan tampilan yang berbeda. Untuk memenangkan persaingan, pengusaha harus bisa memberikan yang terbaik untuk konsumennya agar memilih mengambil keputusan membeli produknya, antara lain dengan memberikan kualitas produk yang lebih baik, dan saluran distribusi yang tepat. Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung diantaranya adalah kualitas produk dan saluran distribusi.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan agar konsumen mengambil keputusan pembelian maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang akan di beli. kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan berdasarkan Abdullah dan Tantri (2016:153). Saluran distribusi juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Karena sebagai perantara antara konsumen dan produsen.

Tanpa adanya saluran distribusi maka produk tidak akan sampai ke tangan konsumen. Sunyoto (2015:189) menyatakan saluran distribusi ialah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Keputusan pembelian adalah proses penelusuran masalah mulai dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, sampai terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itu yang akhirnya dipakai pedoman untuk pengambilan keputusan (Fahmi, 2016:56).

Berikut ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Jackson R.S. Weenas (2013) dengan judul penelitian “Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil uji membuktikankualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Penelitian dari Ruslina Yulaika (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Shopping Goods Melalui Media Online”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai Fhitung sebesar 10.007 pada taraf signifikansi 5 % yang berarti bahwa antara atribut produk, iklan dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Imam Heryanto (2015) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi variabel produk, harga, distribusi, promosi, dan keputusan pembelian termasuk dalam kategori baik, sedangkan variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori cukup baik. Penelitian yang dilakukan pada saat ini berlokasi di CV. Kembang Jaya desa Karanganom, Kecamatan Pasrujambe, Kabupaten Lumajang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya. (2) Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh saluran distribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya. (3) Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2015:62) jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan keripik singkong PILLA produk CV. Kembang Jaya berdasarkan informasi data di CV. Kembang Jaya dengan jumlah populasi kurang lebih 300 pelanggan mulai bulan Januari s/d Maret 2019 yang membeli keripik singkong PILLA. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 60 responden dari jumlah populasi 300 pelanggan yang diambil secara *Probability Samplin*, karena pengambilan sampel dalam penelitian ini memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Sedangkan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Pengujian Asumsi Dasar Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, yang terdiri dari : Pengujian Normalitas Data, Pengujian Multikolinieritas, Pengujian Heteroskedastisitas, Pengujian Hipotesis, yang terdiri dari : Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Model	F	R	t	sig.
Kualitas Produk			3.283	0.002
Saluran Distribusi	15.470	0.329	2.317	0.024

Sumber: Data diolah 2019

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,283 lebih besar dari t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas produk yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA CV. Kembang Jaya.

Menurut Abdullah dan Tantri (2016:153) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) variabel Kualitas Produk (X_1) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian dari Jackson R.S. Weenas (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan terhadap keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya menunjukkan kualitas produk berpengaruh, hal ini berarti pada penerapannya kualitas produk yang dilakukan mampu membuat pelanggan tidak akan sungkan-sungkan untuk memutuskan melakukan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t untuk variabel saluran distribusi (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,317 lebih besar dari t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$ dengan nilai signifikansi $0,024 > 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh saluran distribusi yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA CV. Kembang Jaya.

Menurut Setiyaningrum.dkk, (2015:158) saluran distribusi ialah sebuah struktur bisnis yang terdiri atas organisasi-organisasi yang saling berkaitan, dimulai dari tempat asal mula produk dibuat sampai penjual terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan kepemakai terakhir, yaitu konsumen pribadi atau pengguna bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) variabel saluran distribusi (X_2) menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian dari Ruslina Yulaika (2013) yang menunjukkan bahwa saluran distribusi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa saluran distribusi merupakan rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen seperti di CV. Kembang Jaya menunjukkan saluran distribusi berpengaruh, hal ini berarti pada penerapannya saluran distribusi yang dilakukan mampu membuat sarana kelancaran arus perpindahan barang dari produsen ke pelanggan yang baik dan tepat, selain itu karena saluran distribusi sangat mempengaruhi keputusan pelanggan agar tidak ragu untuk melakukan pembelian kembali di CV. Kembang Jaya.

Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,329, berarti 32,9% keputusan pembelian pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu variabel kualitas produk dan saluran distribusi, sedangkan besarnya pengaruh 67,1% keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Fahmi (2016:56) keputusan adalah proses penelusuran masalah mulai dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, sampai terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itu yang akhirnya dipakai pedoman untuk pengambilan keputusan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian Imam Heryanto (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hal ini berarti kedua variabel kualitas produk dan saluran distribusi dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pelanggan memutuskan membeli di CV. Kembang Jaya karena adanya kualitas produk dan saluran distribusi yang baik. Secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan saluran distribusi menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 32,9% sedangkan sisanya sebesar 67,1% yaitu keputusan pembelian.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian adalah dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan tergantung pada kualitas produk dan saluran distribusi yang dilakukan. Pengaruhnya yang cukup besar harus mampu membuat puas terhadap pelanggan agar dapat memberikan hasil yang baik, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan keputusan pembelian, di CV. Kembang Jaya menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan atau bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti pada penerapan di lapangan apabila kualitas produk bisa lebih baik dan saluran distribusi juga dapat dilakukan dengan baik, maka mampu meningkatkan keputusan pembelian pelanggan keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

KESIMPULAN

Kualitas produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Saluran distribusi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Kualitas produk dan saluran distribusi menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian keripik singkong PILLA di CV. Kembang Jaya.

Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa secara parsial yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. and F. Tantri (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.
- Atmaja, L. S. (2009). Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, I. (2015). "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9(2): 80-101.
- Kotler, P. and K. L. Keller (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Erlangga.
- Noor, J. (2016). Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta, KENCANA.
- Sanusi, A. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta, Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta, PRENADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Umar, H. (2011). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta, PT RajaGrafindo.
- Wangean, R. H. and S. L. Mandey (2014). "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil All New Kia Riodi Kota Manado." *EMBA* 2(3): 1715-1725.

- Weenas, J. R. S. (2013). "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta." *EMBA* **1**(4): 607-618.
- Widarjono, A. (2015). Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, DAN SMARTPLS. Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Yulaika, R. (2013). "Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Shopping Goods Melalui Media Online." *Media Prestasi* **11**(1): 76-86.