

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Susu Segar UD. Adil Brothers Senduro.

Septin Sri Rahayu¹, M. Taufik², M. Ato'illah³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: septinsriahayu@gmail.com¹

INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 3

Bulan Maret

Tahun 2020

Halaman 194-199

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil pengisian kuesioner terhadap konsumen pada UD. Adil Brothers Senduro. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 20,8% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 79,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel - variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, merk dan promosi. Berdasarkan hasil penelitian ini, UD. Adil Brothers Senduro perlu mengembangkan kualitas produk susu segar yang sesuai dengan ketentuan perusahaan, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang akan membeli susu segar serta memberikan rasa percaya kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang susu segar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

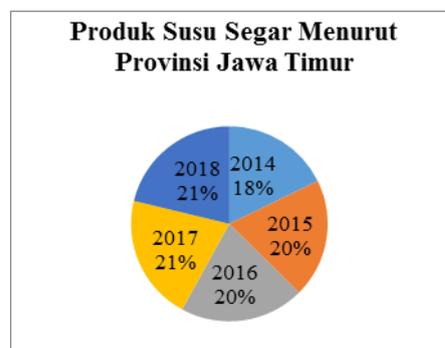
ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality on fresh milk purchasing decisions at UD. Adil Brothers Senduro both partially and simultaneously. This study uses primary data obtained from the results of filling out the questionnaire to consumers at UD. Adil Brothers Senduro. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis showed that product quality, had no partial effect on purchasing decisions, whereas service quality had a positive and partially significant effect on purchasing decisions. Product quality and service quality simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions with a coefficient of determination of 20.8% can be explained by the independent variables namely product quality, service quality. While the remaining 79.2% of purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study such as price, brand and promotion. Based on research results, UD. Adil Brothers Senduro needs to develop the quality of fresh milk products in accordance with company regulations, improve the quality of service to consumers who will buy fresh milk and provide confidence to consumers to re-purchase fresh milk.

Keywords: *Quality Products, Quality Service , Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Industri susu di Indonesia merupakan salah satu industri pangan yang memiliki potensi besar untuk berkembang dengan cepat. Produk susu di Indonesia harus memiliki kriteria dalam pengambil susu perah di masyarakat, mengingat susu merupakan produk pangan yang bernilai gizi tinggi. Di Jawa Timur susu merupakan bahan pangan yang dibutuhkan oleh masyarakat terbukti permintaan akan permintaan konsumen susu dari tahun 2014 sampai 2018 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Produk Susu Segar Menurut Provinsi Jawa Timur

Sumber : Badan Statistik Provinsi Jawa Timur (2019)

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1083>

Produksi susu di Jawa Timur pada kurun waktu 2014-2018, terlihat tingkat pertumbuhan produksi susu sebesar 426254.00 atau 18% pada tahun 2014. Pada tahun 2015 sebesar 472212,76 atau 20%, sedangkan pada tahun 2017 sebesar 498915,00 atau 21% dan pada tahun 2018 sebesar 508894,00 atau 21%. Dengan peningkatan tertinggi pada tahun 2018, perkembangan produksi susu menunjukkan peningkatan pertumbuhan pertahun. Namun pertumbuhan produksi susu harus di ikuti oleh perkembangan jumlah sapi perah yang ada di Jawa Timur (Kementerian Pertanian, 2019 Agustina, 2016).

Menurut Setiadi (2013:342) menyatakan bahwa Pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu di antaranya. Penelitian tentang keputusan pembelian pernah diteliti sebelumnya oleh Kodu (2013), Amrullah, Pemasang S. Siburian (2016), Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke (2014), Lidya Mongi, Lisbeth Mananeke (2013), menyatakan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan aspek yang sangat penting bagi ritel karena unsur ini menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian (Dwi Suhartanto, Tjetjep Djatnika, Ruhardi, 2017:49). Kualitas Susu dapat dilihat berdasarkan jumlah bakteri dalam air susu, dimana pemeriksaan cemaran mikroba dalam air susu segar meliputi uji pemeriksaan dengan angka lempeng total (batas maksimum mikroba $3,0 \times 10^6$ koloni/ml), *Escherichia coli* (maksimum 10/ml), *Salmonella* (tidak ada), *Staphylococcus aureus* (maksimum 10^2 koloni/ml). Susu yang berkualitas dapat ditunjukkan oleh warna, bau, rasa, uji masak, uji penyaringan (kebersihan), berat jenis, kadar lemak, bahan kering tanpa lemak dan kadar protei. Komposisi kimia susu dipengaruhi oleh spesies, jenis ternak, periode laktasi, usia, kesehatan, pakan dan musim. Penelitian tentang kualitas produk sebelumnya di teliti oleh Nugraha (2017), Mukti (2015) , Weenas, J. R. S. (2013) menyatakan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Belqis Huril Zanah, Fauzan Muttaqien,(2019) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk yang signifikan terhadap keputusan Pembelian

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Kualitas pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen yaitu cara bagaimana karyawan melayani konsumen dengan baik dan mengenalkan kualitas produk tersebut, sehingga konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di buat oleh Intan Agustina, Rendra Wirawan, Sukma.I (2019), Manengal (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian

Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam rangka meningkatkan volume penjualan sangat penting artinya bagi setiap perusahaan termasuk perusahaan dengan produk susu segar. Ketatnya persaingan dibidang produk susu segar menjadikan perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memenangkan persaingan. Suatu perusahaan memandang pemasaran sebagai salah satu usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen bisa memenuhi kebutuhannya sesuai keinginannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dilihat berdasarkan karakteristik masalah yang akan diteliti. Penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positivisme di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Adil Brothers Senduro. Jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* atau pengambilan sampel secara kebetulan, peneliti dapat memilih siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang cocok sebagai sumber data. Teknik *nonprobability sampling* yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Sampling Purposive*, karena pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden. Langkah analisis data yang digunakan adalah Uji Instrument, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Instrument

Berdasarkan hasil pengujian validitas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan yang terdiri dari masing-masing 4 (empat) butir pernyataan untuk variabel Kualitas Produk, 5 (lima) butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan, 5 (lima) butir pernyataan untuk variabel Keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, seluruh mempunyai r hitung yang lebih besar dari r minimal (0,3). Hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui dari besarnya koefisien korelasi *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel. Untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,769 yang dinyatakan reliabel, variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,774 yang dinyatakan reliabel, variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,769 yang dinyatakan reliabel. Dapat disimpulkan dari ketiga variabel memiliki realibilitas yang kuat sehingga kuesioner tersebut cukup handal dan dapat dipercaya.

Hasil Uji Asumsi Klasik.

Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat dari Grafik normal probability plot yang menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis horizontal, maka dapat dikatakan berdistribusi normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik sudah membuktikan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi normalitas. Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* mendekati 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas pada penelitian ini bebas dari gejala multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan menyebar bahwa tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel 1. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,212	2,731		4,106	,000
1 KUALITAS PRODUK	,082	,183	,055	,448	,655
KUALITAS PELAYANAN	,434	,124	,426	3,504	,001

Uji t (Parsial) = 4,106
R Square (R²) = 0,208

Sig = 0,000

Hasil pada analisis regresi dapat disusun suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 11,212 + 0,082X_1 + 0,434X_2 + e$$

Hasil menunjukkan pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang positif (searah) terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro.

Uji t (Parsial)

Hipotesis pertama : Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu kualitas produk di peroleh nilai $t_{hitung} = 0,448$ dengan signifikansi 0,655. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% (0,05) di peroleh t_{table} sebesar $\pm 1,993$ Ini berarti $t_{hitung} (0,448) < t_{table} (1,993)$, dan tingkat signifikansi 0,655 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka hasil uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian susu segar di UD. Adil Brothers Senduro.

Hipotesis kedua : Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu kualitas pelayanan di peroleh nilai $t_{hitung} = 3,504$ dengan signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% (0,05) di peroleh t_{table} sebesar $\pm 1,993$ Ini berarti $t_{hitung} (3,504) > t_{table} (1,993)$, dan tingkat signifikansi 0,001 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro.

Uji F (Simultan)

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,002	2	49,001	9,465	,000 ^b
	Residual	372,745	72	5,177		
	Total	470,747	74			

Uji F (Simultan) = 9,465

Sig = 0,000

R Square (R^2) = 0,208

Dari tabel diatas dapat diketahui $F_{hitung} (9,465) > F_{tabel} (3,12)$, yang berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 3. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,456 ^a	,208	,186	2,27530

Dapat di ketahui hasil pengujian koefisien determinan (R^2) yang di peroleh sebesar 0,208. Hal ini berarti 20,8% keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro di pengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 79,2% keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro di pengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini seperti harga, promosi dan loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori kualitas produk, yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk adalah merupakan aspek yang sangat penting bagi ritel karena unsur ini menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian (Dwi Suhartanto, Tjetjep Djatnika, Ruhardi, 2017:49). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah di lakukan oleh Dhio Rayen Rawung, Sem G. Oroh, Jacky S.D. Sumaraw (2015), Andrew F. Manampiring dan Irvan Trang (2016), Belqis Huril Zanah, Fauzan Muttaqien, Kusnanto. D. (2019), Sulistyan et al, (2017). Yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam keputusan pembelian hubungan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari klasifikasi produk yang dibutuhkan maupun diinginkan konsumen. Dalam penelitian ini sebagian besar responden adalah wiraswasta, dimana mereka tidak begitu mengetahui tentang klasifikasi kualitas produk, melainkan karena suatu kebutuhan yang mengharuskan para konsumen mengkonsumsi susu segar, sehingga para konsumen harus mengkonsumsi produk susu segar tersebut.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan, yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan Kasmir (2017:47). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah di lakukan oleh Sri Nawangsari dan Wahyu Ning Pramesti (2017), Cristiani D. Manengal (2015), Wulan Arifina Fatin, M. Ato'illah, (2018). Yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan mempunyai suatu tujuan untuk meningkatkan minat suatu

konsumen dalam pembelian produk dengan cara melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumen, dengan begitu konsumen akan merasa puas dan akan membeli produk susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro, karena dalam keputusan pembelian pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada suatu produk, yang dapat dilihat dari klasifikasi produk serta kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Cristiani D. Manengal (2015) Amrullah, Pemasang S. Siburian, Saida Zainurrossalamia ZA (2016) Sri Nawangsari dan Wahyu Ning Pramesti (2017) Ilfan Nugraha (2017). Yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris. Dimana koefisien determinan (R^2) yang di peroleh sebesar 0,208. Hal ini berarti 20,8% keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro di pengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 79,2% keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro di pengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini seperti harga, promosi dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat kualitas pengaruh produk dan kualitas pelayanan memiliki hubungan positif yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian susu segar pada UD. Adil Brothers Senduro, di tunjukkan dengan koefisien determinan sebesar 20,8% dimana sisanya 79,2% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini meliputi promosi, harga dan merk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019). Jurnal Riset Manajemen Volume 2 Number 1, Maret 2019 | 38 Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Lumajang TBK MALALAYANG. *Jurnal Riset Manajemen, Volume 2 N.*
- Agustina, & Titin. (2016). Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Peternakan Susu. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.*
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia, 13 No. 2(2528–1127).*
- Fatin, W. A., Ato'illah, M., & Lestari, D. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Es Krim Glico Wings (Studi Kasus di Outlet Anugerah Abadi Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen, Volume 1,.*
- Kasmir. (2017). Customer Services Exellent Teori Dan Praktik. In 1 (Ed.), *PT RAJAGRAFINDO PERSADA.* Jl.Raya Leuwinanggung No.112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16956.
- Kodu, & Sarini. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA, 1(3), 1251–1259.*
- Manengal, C. D. (2015). the Effect of Service Quality, Quality Product and Pricing on Purchase Decision. *Jurnal EMBA, 3(3), 1254–1264.*
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado". *EMBA, 1 No. 4 De(2303–1174).*
- Mukti, Dana, Yusuf, & Mohamad. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Jurnal Ekonomi, 2(1), 89–110.*
- Nugraha, & Ilfan. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nissan Grand Livina pada Dealer Nissan Soekarno. *E-Proceeding of Management, 4(1), 627–634.*
- Setiadi, & J, N. (2013). Perilaku Konsumen. In 5 (Ed.), *PT Kharisma Putra Utama.* Jakarta.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhardi, & Triyuni, N. N. (2017). Ritel Pengelolaan dan Pemasaran. In 1 (Ed.), *Alfabeta.* Bandung.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA, 7(2), 77-87.* doi: 10.30741/wiga.v7i2.337

- Walukow, Pratisitia, A. L., Mananeke, Lisbeth, Sepang, & Jantje. (2014). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa". *EMBA*, 2 No.3 Sep(2303–1174).
- Zanah, B. H., Muttaqien, F., & Darmawan, K. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rengginang UD Makmur Lumajang. *Progress Conference, Volume 2*, .
<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1083>