

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DON PABLO ABON MIX

Bram Imawan

Universitas Ciputra

E-mail: bimawan@student.ciputra.ac.id

Abstract: *The increasing growth of processed beef production has made companies have to improve themselves in order to maintain the quality of the company from an internal and external perspective, especially in this sample, the Don Pablo Abon Mix business, which was founded in 2018, has a phenomenon of instability in product sales at Don Pablo Abon Mix and To determine these problems, this study aims to determine the effect of product quality and product diversity on consumer purchasing decisions of Don Pablo Abon Mix. This research is a quantitative study using multiple linear regression analysis tools. The sample size is 98 respondents. The data was collected by distributing questionnaires using a Likert Scale of 1-5. Data analysis was performed using hypothesis testing and statistical tests. The results of this study are product quality and product diversity have a positive and significant effect on purchasing decisions for Don Pablo shredded mix products.*

Keywords: *product quality, product diversity, purchasing decisions*

Abstrak: *Meningkatnya pertumbuhan produksi olahan daging sapi membuat perusahaan harus berbenah diri agar dapat mempertahankan kualitas perusahaan dari segi internal maupun eksternal, khususnya pada sampel ini adalah usaha Don Pablo Abon Mix yang berdiri pada tahun 2018, terdapat fenomena ketidakstabilan dalam penjualan produk pada Don Pablo Abon Mix dan untuk mengetahui permasalahan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Don Pablo Abon Mix. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Jumlah sampel sebanyak 98 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner yang menggunakan Skala Likert 1-5. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji hipotesis dan uji statistik. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas produk dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo abon mix.*

Kata kunci: *Kualitas produk, keragaman produk, keputusan pembelian*

PENDAHULUAN

Daging sapi merupakan komoditas dengan nilai ekonomis yang cukup tinggi di Indonesia. Produksi olahan daging sapi dalam negeri dalam lima tahun ini cenderung mengalami peningkatan (www.bps.go.id). Perkembangan dan kestabilan industri daging sapi menjadi peluang bagi perusahaan Don Pablo Abon Mix. Don Pablo adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang food yang sudah berdiri sejak 26 Juni 2018. Permasalahan yang dialami Don Pablo Abon Mix adalah ketidakstabilan dalam penjualan produk pada bulan Juli 2019 hingga Februari 2020, dapat dilihat bahwa omzet tidak mengalami peningkatan yang konsisten bahkan cenderung mengalami banyak penurunan. Sehingga peneliti mengumpulkan pra survei untuk melihat saran konsumen, pra survei dilakukan saat peneliti melakukan direct selling kepada 30 konsumen di bulan September 2020 menggunakan kuesioner *offline*.

Don Pablo mengumpulkan pra survei yang diberikan kepada 30 customer untuk mengetahui faktor apa saja yang harus diperhatikan oleh Don Pablo Abon Mix menurut konsumen yang pernah membeli produk tersebut. Menurut para responden Don Pablo Abon Mix, mereka menginginkan adanya perbaikan pada keragaman produk (36%) dan kualitas produk (30%). Hasil kuisisioner tersebut sebagai acuan bahwa Don Pablo membutuhkan adanya penambahan keragaman produk dan kualitas produk terutama rasa. Jawaban dari hasil survei awal ini adalah hasil rangkuman dari seluruh jawaban yang diberikan oleh responden. Setiap responden dalam survei awal ini berhak mengisi lebih dari satu saran yang akan diberikan kepada Don Pablo Abon Mix. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo Abon Mix serta untuk mengetahui pengaruh keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo Abon Mix.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang (Putri, 2017).

Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2016) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari produk atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Keragaman produk menurut Hendro & Syamswana (2017) adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk. Suatu usaha yang memiliki keragaman produk yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik. Keragaman produk yang ada pada penelitian ini disebut dengan diversifikasi produk. Keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2016:177) merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Amron (2018) bertujuan untuk menguji model keputusan pembelian terhadap produk mobil MPV dengan menempatkan empat variabel independen dari brand image, brand trust, product quality, and price. Kuisisioner digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data primer yang di bagikan atau di sebarakan kepada 115 responden yang memiliki serta menggunakan mobil MPV dan data diolah menggunakan instrumen pemrosesan data SPSS. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai Teknik Analisa data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa brand image, brand trust, product quality, and price mempengaruhi keputusan konsumen. Keterkaitan dengan penelitian ini adalah kesamaan variabel kualitas produk dan keputusan pembelian.

Penelitian oleh Sidarko (2018) yaitu untuk menyelidiki efek dari keragaman dan kualitas produk produk pada keputusan pembelian konsumen La Cherie. Penelitian ini di lakukan dengan menyebarkan data kuisisioner kepada 55 responden konsumen La Cherie yang membeli produk minimal lebih dari dua kali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian oleh Yunida (2017) adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mc Donald's Kedaton di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan teknik simple random sampling, jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen Mc Donald's Kedaton yang berdomisili di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai Teknik Analisa data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

variabel keragaman produk dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

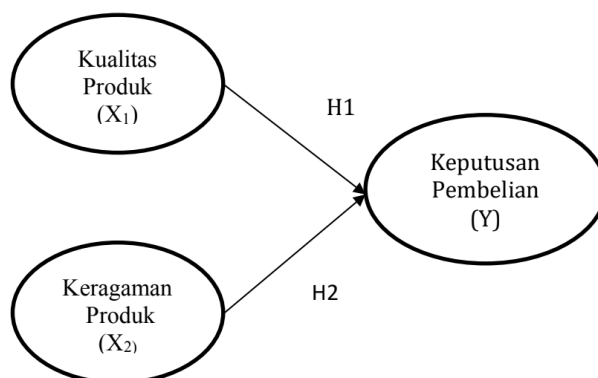
Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung dengan penelitian Yunida (2017) yang menggunakan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan hasil yang positif dan signifikan. Keragaman produkengaruhi keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian Hanjaya (2016) yang menemukan hubungan antara keragaman produk dan keputusan pembelian. Penelitiannya mengungkapkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Didukung juga oleh Didukung juga oleh penelitian yang dilakukan Prastika & Sugiono (2017) yang menggunakan variabel keragaman produk terhadap keputusan pembelian dengan hasil yang positif dan signifikan.

(H1) yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (H2) yaitu keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah bahwa adanya pengaruh antara dua variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), keragaman produk (X_2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).



Gambar 1. Model Analisis

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana data yang telah diperoleh dari hasil kuisioner akan dianalisis secara statistik menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu serta buku-buku mengenai teori *marketing mix*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli abon mix berjumlah 97 orang yang diukur dengan menggunakan 5 *skala likert*.

Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu kualitas produk dan keragaman produk serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Tabel 1. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
----------	---------------------	-----------	----------------------	--------

Kualitas Produk (X₁)	kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari produk atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk	1. <i>Performance</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Features</i> 4. <i>Conformance</i> 5. <i>Durability</i> 6. <i>Serviceability</i> 7. <i>Aesthetics</i> 8. <i>Customer perceived quality</i>	1. Don Pablo Abon M memiliki rasa yang enak 2. Don Pablo memiliki tampilan yang menarik 3. Produk Don Pablo tidak mudah rusak dalam jangka waktu yang sesuai dengan yang tertera pada kemasan 4. Produk Don Pablo memiliki informasi expired produk sesuai dengan ketahanan produk sesuai masa yang dijanjikan 5. Packaging produk Don Pablo memiliki desain kemasan yang memudahkan konsumen untuk digunakan 6. Desain kemasan Don Pablo memberikan penjelasan dan pengertian yang jelas dan variasi 7. Varian rasa yang dimiliki Don Pablo Abon Mix sesuai dengan selera saya 8. Varian ukuran kemasan sesuai dengan keinginan saya 9. Produk Don Pablo memiliki daya tahan yang lama 10. Masa expired produk tertera didalam kemasan secara jelas 11. Produk Don Pablo memberikan pelayanan yang cepat dalam melakukan pengiriman 12. Produk Don Pablo memberikan kejelasan kontak dalam penyampaian keluhan customer 13. Aroma Abon Mix sesuai dengan selera konsumen 14. Warna packaging yang disajikan sesuai keinginan saya 15. Kualitas Abon Mix secara keseluruhan sesuai dengan keinginan saya 16. Ingredient Don Pablo yang disajikan sesuai dengan keinginan saya	- Kotler & Armstrong (2008) - Gazpersz (2008)
--	---	---	--	---

Keragaman Produk (X₂)	Keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk. Suatu usaha yang memiliki keragaman produk yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik.	1. Bentuk (<i>form</i>) 2. Fitur (<i>feature</i>) 3. Penyesuaian (<i>customization</i>) 4. Kualitas Kinerja (<i>performance quality</i>) 5. Kesesuaian Kualitas (<i>conformance quality</i>) 6. Ketahanan (<i>durability</i>) 7. Keandalan (<i>reliability</i>) 8. Kemudahan Perbaikan (<i>repairability</i>) 9. Gaya (<i>style</i>) 10. Desain (<i>design</i>)	1. Ukuran produk Don Pablo sesuai dengan keinginan saya 2. Bentuk packaging produk Don Pablo sesuai dengan keinginan saya 3. Produk Don Pablo memiliki kandungan gizi yang jelas 4. Cara penyajian produk Don Pablo tertera dengan jelas 5. Produk Don Pablo dapat menerima pesanan (custom) rasa sesuai dengan yang saya inginkan 6. Produk Don Pablo dapat menerima pesanan (custom) ukuran packaging sesuai dengan yang saya inginkan 7. Produk Abon Mix bisa di olah kembali sesuai dengan keinginan konsumen 8. Produk Abon Mix tidak mudah basi 9. Tekstur Abon Mix sesuai dengan selera konsumen 10. Varian rasa abon Don Pablo sesuai dengan penjelasan yang tertera dikemasan 11. Produk Abon Mix tidak mudah rusak jika dibawa kemana-mana dalam segala kondisi 12. Produk Abon Mix tidak mudah basi 13. Produk yang saya beli tidak pernah mengalami kerusakan / kecacatan packaging 14. Produk yang saya beli tidak pernah mengalami kerusakan / kecacatan isi produk	- Hendro & Syamswana (2017) - Kotler & Keller (2016:393).
---	---	--	--	--

			15. Produk Don Pablo dapat ditukar saat mengalami kerusakan 16. Produk Don Pablo menjamin refund jika terjadi kesalahan pengiriman 17. Logo Don Pablo memiliki ciri khas tersendiri 18. Varian rasa yang disajikan memiliki ke khas an tersendiri 19. Tampilan kemasan produk Abon Mix menarik 20. Abon Mix memiliki packaging yang memudahkan konsumen pada saat akan mengkonsumsi produk	
Keputusan Pembelian (Y)	Pemikiran dimana individu Mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak plihan. (Kotler & Armstrong 2014)	1. pilihan produk 2. pilihan merek 3. pilihan penyalur 4. waktu pembelian 5. jumlah pembelian 6. metode pembayaran	1. Produk Don Pablo Abon Mix memiliki banyak varian rasa. 2. Produk Don Pablo memiliki banyak pilihan varian ukuran kemasan. 3. Merek Abon Mix Don Pablo menjadi pilihan saya dibanding merek lain 4. Merek Bon Pablo menjadi pilihan utama saya dalam membeli produk olahan daging 5. Pembelian Produk Don Pablo mudah dilakukan melalui online 6. Harga produk Don pablo lebih murah dibanding produk sejenis 7. Produk Don Pablo Abon Mix dapat dibeli kapan saja. 8. Saya melakukan pembelian produk pada moment tertentu (hari besar, hari libur, dll) 9. Pembelian produk Don Pablo Abon Mix tidak ditentukan minimal ordernya.	- (Kotler & Armstrong 2014) - Kotler & Armstrong (2016:177)

			10. Produk Don pablo dapat dibeli secara langsung tanpa pre order. 11. Saya dapat melakukan pembayaran secara tunai dalam membeli produk Don Pablo Abon Mix 12. Saya dapat melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit dalam membeli produk Don Pablo Abon Mix	
--	--	--	--	--

Metode Analisis Data

Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS. Sedangkan uji yang digunakan diantaranya adalah uji validitas dan reliabilitas, uji F, uji t, uji Koefisien Korelasi (R) dan uji Koefisien Determinasi (R²), dan yang terakhir adalah uji asumsi klasik.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan semua indikator pernyataan kuesioner yang terdapat pada variabel kualitas produk (X1), variabel keragaman produk (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,5$, maka dapat dikatakan bahwa semua indikator yang ada pada penelitian ini dapat dikatakan valid.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, bahwa variabel variabel kualitas produk (X1), variabel keragaman produk (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ disetiap variabelnya, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha if indicator detected pada Y1.1 memiliki nilai 0,910 dimana $>$ dari nilai Cronbach's Alpha keseluruhan. Selain itu nilai Cronbach's Alpha if indicator detected pada masing-masing pernyataan $<$ dari nilai Cronbach's Alpha secara umum.

Uji F & Uji t

Nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel keragaman produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Don Pablo Abon Mix (Y1). Sehingga apabila variabel kualitas produk (X1) dan variabel keragaman produk (X2) ditingkatkan secara bersama-sama maka dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Don Pablo Abon Mix.

Nilai statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel keragaman produk (X2) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R²) dan Koefisien Korelasi (R)

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,680, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel kualitas produk (X1) dan variabel keragaman produk (X2) dengan keputusan pembelian (Y1). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,462 atau sebesar 46,2 %. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan variabel kualitas produk (X1) dan variabel keragaman produk (X2) dapat memberikan perubahan yang terjadi pada variabel keputusan pembelian konsumen Don Pablo Abon Mix (Y1) sebesar 46,2 %, dan sisanya yaitu 53,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Hasil pada model regresi variabel kualitas produk menunjukkan nilai yang positif, maka dapat dikatakan bahwa semakin meningkatnya indikator pada variabel kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo. Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas produk dikatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo. Hasil penelitian ini didukung oleh Yunida (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan pada variabel pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian, hasil pada model regresi variabel keragaman produk menunjukkan nilai yang positif, maka dapat dikatakan bahwa semakin meningkatnya indikator pada variabel keragaman produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo. Hasil penelitian ini telah didukung oleh Hendro & Syamswana (2017) yang menyatakan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Implikasi Penelitian

Implikasi manajerial pada bisnis Don Pablo Abon Mix adalah menambah ukuran kemasan sesuai dengan keinginan pelanggan yaitu kemasan produk kecil, sedang dan besar serta melakukan inovasi pada packaging agar lebih efektif dan efisien sesuai dengan keinginan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo abon mix dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo abon mix.

Saran dan Keterbatasan

untuk penelitian selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk bisa mencari variabel yang berbeda yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat bermanfaat juga bagi pelaku bisnis sejenis maupun jenis usaha lainnya.

REFERENSI

- Amron, Amron. (2013). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal* May 2018 edition Vol.14, No.13 ISSN:1857-788 (Print) e – ISSN 1857-743.
- Hendro, Yuwono. Syamswana, Yuwana. (2017) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang". *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Hal 331-346. Vol. 2 No. 1.
- <https://www.bps.go.id/publication/2019/02/26/833a5bbf31665ec457773c9c/distribusi-perdagangan-komoditas-daging-sapi-di-indonesia-2018.html>.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 177-188.

- Prastika, R. D., & Sugiono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Leopard Cafe Way Jepara Lampung Timur. *Jurnal Dinamkia*, Vol 3(1): 36-47.
- Putri, Budi Rahayau Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Udayana.
- Sidarko, Wihan., & Dewi, Liliana. (2018). Pengaruh Keragaman dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Vol 9(2): 61-69.
- Yunida, Putri. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Mc Donald's Kedaton di Bandar Lampung.