

Kualitas Produk yang Dihasilkan Mempengaruhi Perilaku Pembeli (Studi pada Bisnis Keluarga di Perusahaan “Achiyat” Blitar)

Sunarsasi

*Dosen FE UNISBA Blitar
Jln. Mojopahit No. 4 Blitar
Telp. (0342) 813145*

Abstract

With the growing development of the business world, the competition is also getting tighter, so as a business person must always find various ways to win the competition, so as not to experience losses or bankruptcy especially with similar products. And do not forget about the product innovations so that they are not outdated, in the sense that buyers' interests can be maintained. To meet buyers' interests, the quality of the products produced must always be maintained. Product quality greatly affects the behavior of buyers; therefore the authors use variables for this study and buyer behavior. While this type of research uses quantitative descriptive to draw conclusions through statistical analysis. Using the buyer as a population and the sample took as many as 50 people as respondents. Data collection techniques using purposive sampling with questionnaires that are validity and reliability. For the hypothesis using simple linear regression analysis and t test. While the test t count = 3.905 with a probability of 0.00. Which means the probability is <0.05, then the results of the t test are appropriate and the hypothesis is accepted. Based on the results of the data analysis above, there is a significant influence between product quality and buyer behavior.

Keywords: *Product Quality, Buyer Behavior*

PENDAHULUAN

Pada umumnya dalam membangun suatu usaha baik perseorangan maupun organisasi, banyak memerlukan suatu kreatif terhadap produk, agar tetap diminati oleh pembeli sampai menjadi pelanggan tetap. Maka dari itu perusahaan harus lebih cermat dan mempertahankan produknya untuk kelangsungan hidup usaha. Begitu juga semakin berkembang dan bertumbuhnya bisnis semacam itu dengan pesatnya akan menjelma sebagai tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha, dan selalu menjaga hubungan baik dengan pembeli. Untuk menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang dikemukakan oleh Lupyoadi (2001) yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosi, harga, biaya. Jadi pembeli merupakan harta yang sangat penting harus dijaga dipelihara dan dipertahankan untuk mencapai keberhasilan suatu usaha.

Sedangkan Abdullah, 2014, mengemukakan bahwa pembeli yang puas lebih lama setia, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik pada perusahaan. Perusahaan harus selalu dapat memenuhi kebutuhan dan menyesuaikan keinginan serta masukan sebagai saran untuk diperhatikan serta dapat membaca keinginan pasar. Begitu juga berlaku pada perusahaan wajik kletik dan sambel pecel “Achiyat” di Blitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian Wibowo Ari Susanto (2013) dengan judul “*Pengaruh harga, kualitas pelayanan, nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di kota Purwokerto*”, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen, populasi yang diambil berdasarkan sampel dengan teknik *accidental sampling* dengan responden 169 orang yang menghasilkan 47,7% kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.

Muta Sowifin, A (2002) dalam jurnal Universitas Paramadina1(3) : 245-264 mendeskripsikan pada setiap organisasi keberhasilan haruslah lebih didasarkan pada kesuksesan pencapaian misi secara luas daripada sekedar perolehan keuntungan, kinerja juga merupakan sarana penentu dalam suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi, dengan demikian kinerja harus merupakan sesuatu yang dapat diukur berdasarkan ukuran tertentu dan dalam kesatuan tertentu.

Setyaningsih Dian Evi (2015) dengan judul “Pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam Hypermarket Kartasura”. Populasi diambil dari konsumen dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh penetapan harga dan kualitas pelayanan. Kesimpulan yang diambil penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Assalaam Hypermarket Kartasura dapat diterima.

Tinjauan Teori

Pendapat ahli Sinaga, P (2004) menyatakan bahwa ukuran generik menurut perspektif pelanggan adalah kepuasan pelanggan, retensi (kemampuan mempertahankan pelanggan lama), pangsa pasar dan kemampuan menarik pelanggan pelanggan baru. Sedangkan Vincent Gaspersz (2011) dalam konsep dasar perilaku konsumen meliputi prinsip dasar kepuasan pembeli, karakteristik produk yang diinginkan pembeli, mekanisme untuk memahami ekspektasi konsumen, aplikasi analisis manfaat dan konsep memaksimalkan kepuasan konsumen.

Kualitas produk menurut Vincent Gaspersz (2005) terdiri dari: kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, tahan lama, kecepatan penanganan keluhan dan daya tarik produk. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa syarat suatu nilai produk yang harus dijalankan oleh perusahaan agar tercipta yang awalnya pembeli berpotensi, meningkat menjadi pembeli dan lebih ditingkatkan lagi menjadi pelanggan, setelah menjadi pelanggan maka perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggan agar tidak berpaling ke perusahaan lain yang sejenis.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2001) keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor: kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Menurut Zulian Yamit (2013) dalam buku manajemen kualitas produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan melalui tahapan antara lain: Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam pembelian, Membangun citra perusahaan, dan Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pembeli

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu menggunakan populasi atau sampel, teknik pengambilan sampel dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu variabel terikat ditunjukkan dengan perilaku pembeli (Y) dan variabel bebas ditunjukkan dengan kualitas produk (X). Adapun indikator perilaku pembeli (Y) antara lain: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Kesiediaan merekomendasi. Sedangkan indikator untuk Kualitas produk (X) yaitu: Bahan baku, Daya tahan, dan Cita rasa

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi sebanyak 100 pembeli dan pengambilan sampel 50 orang pembeli dengan kriteria dapat mewakili 100 orang. Serta lokasinya berada di Jl. Merdeka no 8 Blitar dengan atribut wajik kletik dan sambel pecel "Achiyat" dengan izin usaha Depkes RI No. SP : 081/13.05/97.

Untuk kuesioner penulis menggunakan skala likert yaitu dari skala 1-5 yang ditunjukkan sebagai berikut:

Sangat Setuju : 5
Setuju : 4

Netral : 3
Tidak Setuju : 2
Sangat Tidak Setuju : 1

Teknik Analisa Data

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dalam SPSS. Jika signifikan (Pvalue) $<0,005$ maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikan (value) $> 0,005$ maka terjadi hubungan yang signifikan.

Uji reliabilitas untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan dapat dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja dengan alat bantu spss dan dapat dilakukan dengan cara metode kualitatif yaitu dengan mengurai kata-kata dan dengan metode kuantitatif yaitu dengan rumus

Uji Asumsi Klasik

Terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas. Uji normalitas untuk mengetahui model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar atau tidak dipenuhi maka uji statistik tidak valid untuk sampel kecil. Untuk menguji, memerlukan uji grafik dan uji statistik dengan Kolmogorov Smirnov. Uji grafik tujuannya untuk dasar pengambilan keputusan yaitu: (1) Data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram nya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; dan (2) Data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji statistik dianjurkan menggunakan kolmogorov smirnov karena menggunakan uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal. Jika nilai Asymp. sig $>$ nilai signifikan (0,05) maka data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dan mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam regresi dengan melihat nilai *variance inflation factor (VIF)*. Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas dan apabila VIF <10 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas untuk melihat model regresi terjadi ketidaksamaan variabel residual dari pengamatan semula ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas, jika tidak maka disebut heteroskedastisitas. Maka model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik scatterplot dan uji glejser. Melihat grafik scatterplot dengan analisa dasarnya sebagai berikut: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas; dan (2) Jika tidak ada pola yang jelas atau titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

Model Analisa Regresi

Analisa ini digunakan untuk peramalan masa yang akan datang, apabila diadakan perubahan variabel bebas.

Rumusnya

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

a = bilangan koefisien

b = koefisien regresi

x = variabel terikat

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan ketenuan jika t hitung > t tabel, dan memiliki nilai sig = 0.00 maka hipotesis diterima.

Sedangkan data yang diperoleh antara lain: jumlah karyawan 50 orang terdiri dari 30 orang wanita dan 20 orang pria. Tugas dari karyawan pria adalah menghaluskan bahan sambel pecel dan mencampur ratakan bahan untuk wajik. Sedangkan tugas dari karyawan wanita menyiapkan bahan baku antara lain kacang tanah, ketan, kelapa, gula pasir, gula kelapa dengan takaran tertentu supaya hasil produksinya dapat tahan lama dan enak serta membungkusnya.

Komposisi membuat wajik kletik antara lain: ketan, kelapa, gula pasir, sedangkan aromanya yaitu nanas, kacang hijau, nangka, duren, gula kelapa tanpa bahan pewarna, pengawet dan kadaluarsanya sekitar 5 hari sampai 6 hari. Untuk pengolahannya membutuhkan waktu sekitar 3 jam dengan ketan sebanyak sekitar 5 kg. Serta pembungkusnya menggunakan klobot jagung. Begitu juga dengan sambel pecel nya di pak sesuai dengan kebutuhan antara lain 1 pak beratnya sekitar 1 kg yang terdiri dari 5 bungkus @ 2 gram yang dipakai dengan kantong plastik ukuran 2 gram.

Daerah pemasaran selain yang di tokonya yaitu Blitar, dan sekitar Tulungagung, Trenggalek, Malang dan Surabaya. Kalau musim haji produk sambel pecel meningkat karena untuk bawaan persediaan lauk yang praktis dan tahan lama.

HASIL PENELITIAN

Dengan menggunakan SPSS 23 untuk mengolah variabel kualitas produk dengan indikatornya yaitu bahan baku, daya tahan dan cita rasa, sedangkan variabel perilaku pembeli dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekombinasikan. Hasil yang didapat yaitu dengan uji validitas kualitas produk dengan kriteria pengambilan keputusan valid atau tidak dengan membandingkan r hitung dengan r tabel (0,3784) dan taraf signifikan 5% jika r hitung < r tabel maka pernyataan tidak valid.

Sedangkan uji validitas perilaku pembeli yang dilakukan kepada 50 orang sampel dengan 8 jumlah pertanyaan adalah semuanya valid. Hasil uji realibilitas kualitas produk secara statistik menunjukkan 0,691 dan uji reabilitas perilaku pembeli menunjukkan 0,688. Jadi pernyataan dari variabel kualitas produk dan variabel perilaku pembeli memiliki nilai cronbach's alpha lebih dari 0,06. Sehingga dapat disimpulkan yaitu reliabel karena memenuhi syarat.

Uji asumsi klasik secara normalitas dapat ditunjukkan dengan uji grafik plot, bahwa terlihat titik menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak terlalu jauh atau melebar. Grafik ini menunjukkan model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan untuk uji asumsi klasik secara normalitas dapat ditunjukkan dengan uji kolmogorov smirnov one sample test berdasarkan spss 23 adalah nilai asymp sig > nilai signifikan (0,05) yaitu 0,060 maka penelitian ini berdistribusi normal. Untuk uji multikolinearitas pada perilaku pembeli menunjukkan nilai VIF $1,000 < 10$, berarti metode regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot perilaku pembeli menunjukkan penyebaran titik-titik tidak ada pola yang jelas menyebar di atas dan bawah sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk analisa regresi linear sederhana perilaku pembeli maka diperoleh persamaan yaitu $Y = 21,244 + 0,382 x$. Dari persamaan tersebut diketahui bahwa konstanta (a) sebesar 21,244 score kualitas produk (b) 0,382, koefisien x bernilai positif (0,382). Berarti terjadi hubungan positif antara kualitas produk terhadap perilaku pembeli. Uji hipotesis (uji t) untuk perilaku pembeli didapat t hitung sebesar 3,905 dengan probabilitas 0,00 dan nilainya jauh lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima.

PEMBAHASAN

Dengan melihat pengujian pengujian dan menganalisa data di atas maka ada pengaruh signifikan antara kualitas produk kepada perilaku pembeli dan dibuktikan dengan analisa regresi linier sederhana yang diperoleh dengan nilai variabel kualitas produk yang memiliki koefisien positif 0,382, jika kualitas produk meningkat maka perilaku pembeli dapat diwujudkan dengan menjadi kepuasan pembeli. Uji t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai sig $T < 0,05$ dengan perbandingan tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis diterima. Hasil perhitungan menunjukkan t hitung 3,905 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,00 karena probabilitasnya $0,00 < 0,05$ maka model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi perilaku pembeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap perilaku pembeli yang mempunyai hubungan kuat dan searah. Sedangkan saran yang dapat diberikan adalah untuk memperhatikan kualitas produk, harus selalu berinovasi agar pelanggan tidak bosan dan penulis mengharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain agar hasil penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Garvin, Dale T (1990). *Definisi Kualitas Produk*. Jakarta : Alex Media Komputindo
- Hasan, Iqbal (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistik*. Jakarta : Pt Bumi Aksara
- Husein, Umar (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, Philip (2009). *Definisi Kualitas Produk*. Jakarta : PT Indeks
- Nugroho, J Setiadi (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenada Media
- Zulian, Yamit (2001). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia