

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN KALENGAN ABC (STUDI KASUS IBU RUMAH TANGGA DI DUSUN KALIMATI MUNCAR, BANYUWANGI)

Nufilatul Hasanah¹, Joko Widodo¹, Mukhammad Zulianto¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember

e-mail: nufilatulDN@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ikan Kalengan ABC pada ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi. Penelitian ini memakai metode *purposive area* yang bertempat di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi. Responden yang dipakai berjumlah 85 ibu rumah tangga. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara. Uji instrument meliputi uji validitas dan reliabilitas, untuk teknik pengolahan data memakai editing, skoring dan tabulasi. Analisis data memakai garis regresi sederhana. Hasil penelitian bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ikan kalengan ABC pada ibu rumah tangga di dusun kalimati muncar, Banyuwangi. Besarnya uji $F_{hitung} = 512,453 > F_{tabel} = 3,956$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < a = 0,05$. Untuk nilai varian garis regresi yaitu sebesar 0,928 yang termasuk dalam kategori sangat kuat. Presentase hasil penelitian sebesar 86,1% dan 13,9% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti seperti gaya hidup, motivasi dan persepsi. Kualitas produk yang baik mampu membuat ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi memilih untuk membeli ikan kalengan ABC.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Merek suatu produk mencerminkan ciri khas atau ciri suatu produk dalam pasaran. Ikan kalengan memiliki berbagai jenis merek yang dijual di pasaran dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Berbagai merek tersebut dapat dijadikan referensi bagi konsumen dalam menentukan merek dan jenis ikan kalengan apa yang akan dikonsumsi. Setiap merek membawa nama baik perusahaan serta kualitas produk ikan yang akan menarik konsumen untuk membeli dan mengkonsumsinya. Kotler (2002:54) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

Masyarakat Dusun Kalimati Muncar saat masa tidak melaut terjadi (*paceklik*) hasil tangkap ikan mengalami penurunan. Masyarakat memilih untuk mengonsumsi ikan kalengan sebagai pengganti ikan laut yang tidak bisa mereka peroleh saat masa tidak melaut tiba. Hal ini dikarenakan kebanyakan masyarakat muncar sudah terbiasa mengonsumsi ikan, sehingga pada saat musim *paceklik* tiba, banyak dari masyarakat yang memilih untuk membeli makanan kalengan walaupun dengan harga yang lebih mahal daripada ikan segar. Selain itu, ikan kalengan dapat disajikan dengan waktu yang lebih cepat daripada ikan segar, sehingga dapat menjadi alternatif untuk mempersingkat waktu dalam memasak.

Banyak pilihan merek ikan kalengan yang ditawarkan dan diproduksi di Muncar seperti ABC, Botan, Maya, Pronas, Gaga, Mackerel, Hoki, LSC, TLC, King Fisher dan lain sebagainya. Akan tetapi ikan kalengan yang terkenal di lingkungan masyarakat Muncar dan banyak menarik minat masyarakat khususnya masyarakat di Dusun Kalimati salah satunya adalah Ikan Kalengan ABC. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat sudah percaya dengan kualitas produk ikan kalengan ABC tersebut. Menurut Mamang dan Sopiha (2013:99) kualitas produk berkaitan dengan harapan yang terpenuhi. Oleh karena itulah kualitas pada suatu produk sangat penting untuk selalu diperhatikan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:175) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Sehingga suatu produk harus

memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen agar dapat menimbulkan rasa untuk membeli karena membutuhkan produk tersebut. Dimana kualitas merek pada suatu produk seperti ikan kalengan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Shciffman dan Kanuk (2008:163) menyatakan kualitas produk dijadikan sebagai evaluasi dalam pembelian suatu produk sehingga membantu konsumen untuk memikirkan kembali produk mana yang akan di beli. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pada suatu produk terutama untuk produk makanan merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh produsen. Konsumen akan senantiasa memiliki suatu produk yang dirasa memiliki kualitas paling unggul. Penjelasan tersebut juga sesuai dengan pendapat Nabhan dan Kresnaini (2005:72) mengemukakan bahwa jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk, dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut secara terus-menerus.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, dapat diketahui bahwa kelebihan Ikan Kalengan ABC daripada ikan kalengan merek lain yaitumemiliki rasa yang lebih enak dibandingkan ikan kalengan merek lain. Ikan kalengan ABC memiliki varian saos yaitu saos tomat, cabai dan ekstra pedas. Saos yang kental, aroma ikan yang nikmat bercampur dengan saos tomat menjadikan perpaduan rasa yang menggugah selera konsumen. Kandungan gizi pada ikan kalengan tidak kalah dengan ikan segar. kaleng yang digunakan sangat dijaga kualitasnya dengan melalui beberapa tahap pemrosesan yang di panaskan pada 117-119°C, selama 90-110 menit untuk mensterilkan dari mikroba aktif (Hasil Observasi, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan sebuah produk dapat diukur dari salah satunya dari kualitas produk yang ditujukan, oleh karena itu suatu produk diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen sehingga memunculkan suatu tindakan pembelian barang tersebut (Assauri S, 2007:121). Oleh karena itulah kualitas pada suatu produk sangat penting terutama produk berupa makanan.

PT. Heinz ABC mendirikan beberapa perusahaan yang memproduksi Ikan Kalengan ABC untuk menjangkau konsumen dibeberapa tempat yang dianggap strategis untuk menjual dan mengolah produk Ikan Kalengan ABC. Salah satu daerah yang menjadi tempat produksi Ikan Kalengan ABC yaitu Kecamatan Muncar, Banyuwangi. Menurut Bapak Abidin selaku kepala bidang perikanan, masyarakat yang tinggal di Muncar mayoritas bermatapencaharian sebagai nelayan. (Sumber: Hasil Observasi 2020).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ikan Kalengan ABC (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi)”**.

METODE

Lokasi penelitian di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwnagi ditentukan memakai metode *purposive area*. Responden berjumlah 85 ibu rumah tangga dengan memakai pendapat slovin. Pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara dan kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial/statistik sebagai berikut

1. Untuk analisis garis regresi sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

2. Untuk analisis varian garis regresi yaitu untuk mengetahui kuat tidaknya atau tingkat keeratan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{\alpha \sum XY}{\sqrt{\sum X^2 Y^2}}$$

3. Untuk uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

4. Uji Koefisien Determinasi yaitu untuk mengetahui berapa besar (%) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2(1) \times 100\% = \dots \%$$

5. *Standart error of estimates* digunakan untuk mengukur variabel nilai Y actual dari garis regresinya. Adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n - 2}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ikan Kalengan ABC pada ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi. Untuk uji instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh butir soal angket dalam kategori valid dan reliabel. Untuk hasil analisis inferensial diperoleh analisis garis regresi sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -1,197 + 0,783X + e_i$$

Untuk analisis data yang dilakukan diperoleh hasil berikut ini:

Tabel 1. Ringkasan Uji F, Varian Garis Regresi, dan R Square

Variabel	F _{Hitung}	F _{Tabel}	Sig. F	A	R	RSquare
Xterhadap Y	512,453	3,956	0,000	0,05	0,928 ^a	0,861

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai varian garis regresi sebesar 0,928 yang dalam kategori sangat kuat antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian ikan kalengan ABC. Untuk uji $F_{hitung} = 512,453 > F_{tabel} = 3,956$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < a = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ikan Kalengan ABC pada ibu rumah tangga di Muncar Banyuwangi. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,861 atau 86,1% dan 13,9% dipengaruhi variabel bebas yang tidak diteliti seperti gaya hidup, motivasi, dan persepsi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ikan Kalengan ABC pada ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 86,1% yang berkategorikan sangat tinggi. Yazid (2008:53) menjelaskan konsumen dalam membeli kebutuhan pokok mempertimbangkan kualitas produk karena berkaitan dengan kesehatan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk seperti pada Ikan Kalengan ABC menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“Selama pembelian ikan kalengan ABC saus dan ikan selalu segar tidak pernah saya menemukan barang lain yang ada dalam kaleng contohnya kayak kulit dari bawang itu tidak ada mbk.” (TE, 28th).

Indikator kualitas produk dalam penelitian ini meliputi *durability*, *reliability*, kuantitas atau porsi, variasi jenis masakan yang ditawarkan, dan higienitas atau kebersihan. Untuk indikator yang pertama yaitu *durability* yaitu hal yang berkaitan dengan daya tahan dari ikan kalengan ABC untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dan angket yang disebar kepada responden dapat diketahui bahwa jangka waktu kadaluarsa Ikan Kalengan ABC memiliki daya tahan yang sangat lama yaitu selama 3 tahun setelah masa produksi. Selain itu ikan Kalengan ABC diolah atau dimasak mampu bertahan hingga 12 jam karena ikan dapat langsung dimakan tanpa perlu dihangatkan kembali (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“..... ikan kaleng ABC bisa tahan cukup lama mbak, 3 tahunan kalo ndak salah, jadi sangat cocok untuk persediaan dan digunakan pada saat-saat darurat” (AS, 43th).

Untuk indikator selanjutnya yaitu *reliability*, dari hasil penelitian dan angket yang telah disebar kepada responden menunjukkan bahwa ikan kalengan ABC merupakan salah satu produk makanan siap saji yang mampu menjadi solusi untuk efisiensi waktu yang dimiliki karena penyajian ikan kalengan ABC sangat efisien yaitu 10 menit. Selain itu kemasan Ikan kalengan mampu berikan informasi yang konsumen butuhkan sebelum melakukan pembelian, karena pada kemasan Ikan Kalengan ABC tertera tanggal kadaluarsa dan produksi, tabel kandungan gizi, cara penyajian, jenis ikan, dan rasa saus (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020).

Untuk indikator selanjutnya adalah kuantitas dari ikan kalengan ABC tersebut. 1 kaleng Ikan Kalengan ABC dengan berat bersih 425 gram mampu memenuhi kebutuhan lauk untuk makan karena pada kemasan 425 gram ini dapat dijadikan lauk sebanyak 3 kali makan dalam 1 hari untuk 1 orang. Selain itu, dalam 1 kemasan Ikan Kalengan ABC terdapat komponen yang melimpah terdiri dari saus rasa yang melimpah dan daging ikan yang tebal. Oleh karena itulah jika pada masa tidak melaut ikan laut, ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi berinisiatif membeli ikan kalengan ABC untuk konsumsi mereka untuk pengganti ikan segar (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“Saya paling suka membeli ikan kalengan ABC mbak, karena kemasan dengan isi yang beragam dan ikannya juga besar-besar mbak serta sausnya itu lo mbak melimpah banget” (TE, 28th).

Selain itu, beraneka jenis ikan yang dijadikan sebagai bahan baku pada produk Ikan Kalengan ABC menggunakan jenis ikan seperti Sarden, Mackerel, dan Tuna. Untuk variasi menu yang disediakan oleh pihak PT. Heinz ABC berupa aneka pilihan rasa saus yang dapat dinikmati dan dikonsumsi oleh masyarakat yaitu rasa tomat, cabai, dan ekstra pedas (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“Karena ada varian jenis ikan yang mackerel mbk, kalau jenis ikan kalengan yang lain kebanyakan sarden saja. Trus pada ikan kalengan ABC ini juga rasa keseluruhannya itu gurih gk kecut kayak merek yang lain. Selain itu, saya dan keluarga lebih suka saus cabai dan ekstra pedas karena keluarga saya suka pedas mbk, kalau varian jenis ikannya lebih suka yang mackerel, dagingnya lebih tebal dan besar” (AS, 43th).

Terakhir yaitu indikator *Higienitas* atau kebersihan. Tingkat kebersihan pada kaleng yang digunakan pada produk Ikan Kalengan ABC sangat Tinggi, kaleng yang digunakan di sterilkan terlebih dahulu pada air dengan suhu yang tinggi sehingga tidak adanya aktivitas mikroba. Kebersihan

bahan baku juga menjadi perhatian oleh pihak perusahaan, bahan baku berupa bumbu dan ikan dicuci bersih, di seterilkan dan di soltir sehingga tidak adanya benda-benda asing yang dapat masuk dalam proses pembuatan ikan kalengan (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020).

Adanya kualitas produk yang baik pada Ikan Kalengan ABC mempengaruhi keputusan pembelian ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi yang menjadi responden dalam penelitian ini. Kotler dan Armstrong (2008:272) berpendapat bahwa kualitas kproduk menjadi sebagian aspek yang menjadi perbandingan pembeli saat mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Keberhasilan kegiatan pemasaran ditandai dengan pembelian akan sebuah produk yang dipasarkan.

Kualitas dari suatu barang seperti pada Ikan Kalengan ABC harus diperhatikan oleh perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah beralihnya konsumen pada produk Ikan Kelengan merek lain. Konsumen yang telah percaya akan suatu kualitas produk seperti pada Ikan Kalengan ABC akan membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan akan suatu *brand* dari produk tersebut dipasaran. Ketentuan pada kualitas produk menjadi kewajiban yang perlu dimiliki oleh suatu produsen, hal ini demi menjaga pembeli agar tidak beralih ke produk lain yang sejenis.

Indikator yang menjadi bentuk dari pengambilan keputusan pembelian meliputi, pilihan produk, merek, penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Untuk indikator pilihan produk, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pilihan produk yang disajikan dalam produk Ikan Kalengan ABC dapat menarik perhatian masyarakat untuk membeli karena terdapat 3 macam sekaligus jenis rasa saus dari produk olahan Ikan Kalengan ABC yaitu rasa saus tomat, saus cabai, dan saus ekstra pedas (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini..

“Saya sangat tertarik untuk membeli ikan kalengan ABC mbak karena banyak pilihannya dari 3 macam sekaligus jenis rasa saus mbak dari produk olahan Ikan Kalengan ABC yang rasa saustomat, sauscabai, dan saus ekstraapedas” (AS, 43Th).

Indikator selanjutnya yaitu pilihan merek, berdasarkan hasil penelitian dan hasil angket yang diperoleh dapat diketahui bahwa cita rasa otentik yang dimiliki oleh produk Ikan Kalengan ABC menjadi daya tarik sendiri karena kualitas produk yang diberikan berbeda dengan produk ikan kalengan lainnya. Selain itu Ikan Kalengan ABC sangat familiar di telinga sehingga para responden memperoleh informasi merek ikan kalengan ABC ini dari iklan, rekomendasi dari orang lain, dan sosial media. Untuk indikator selanjutnya yaitu pilihan penyalur. Berdasarkan hasil angket yang diperoleh dapat diketahui bahwa produk Ikan Kalengan ABC sangat mudah untuk memperolehnya di sekitar lingkungan konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini. Selain itu konsumen melakukan pembelian melalui toko ritel yang menyediakan produk Ikan Kalengan ABC dibandingkan melalui online karena alasan lebih efisien waktu mendapatkan barang tersebut (Hasil penelitian dan pernyataan dari responden, 2020).

Indikator selanjutnya yaitu berkaitan dengan waktu pembelian, Berdasarkan hasil penelitian dan hasil angket yang diperoleh dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini sangat sering membeli ikan kalengan ABC, dalam satu bulan rata-rata mereka membeli Ikan Kalengan ABC sebanyak 10 kali ketika masa tidak melaut. Untuk indikator yang terakhir yaitu jumlah pembelian. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar responden dalam penelitian ini menjawab bahwa mereka membeli Ikan Kalengan ABC sebanyak 1 kardus dengan isi 24 buah kaleng karena biar lebih awet dan tidak perlu bolak balik ke toko untuk membeli lagi. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“Tiap kali saya membeli ikan kalengan ABC langsung 1 dus isi 24 itu mbak, biar ndak usah bolak balik ke toko untuk beli ikan kalengan pada saat musim paceklik ikan. Karena seluruh keluarga saya suka makan ikan mbak” (AS, 43Th).

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuha Nabilah (2019) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Sarden ABC di Solo Raya Besar sebesar 79,8%. Adapun keunggulan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini lebih fokus pada kualitas produk, sehingga mengupas lebih mendalam mengenai kelebihan dari kualitas produk pada ikan kalengan ABC baik dalam segi rasa, bentuk, varian, kualitas bahan yang digunakan, tingkat keamanan, maupun kebersihan dalam pengemasan ikan kalengan tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ikan Kalengan ABC pada ibu rumah tangga di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi yaitu sebesar 86,1% sedangkan sisanya yaitu 13,9% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya hidup, motivasi, dan persepsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk pada Ikan Kalengan ABC membuat ibu rumah tangga di Dusun Kalimati memutuskan membeli Ikan Kalengan ABC sebagai pengganti ikan laut segar pada saat musim paceklik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mamang, S dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Nabhan dan Kresnaini, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Nabilah, N. 2019. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek Terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Sarden ABC di Solo Raya). *Skripsi*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Purnaman, N. 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonsia.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT. Indeks.
- Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonosia.