

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi UD Makmur Jaya di Desa Makmur Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai)

Sulastri Yogi, Muhammad Hilman Fikri*

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

*correspondence: hilmanrsaff@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi UD Makmur Jaya di Desa Makmur Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai). Sampel penelitian ini adalah 95 konsumen. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0.872

Kata Kunci: produk, harga, saluran distribusi, keputusan pembelian

Abstract. This research aims to determine the influence of product quality, price and distribution channels on rice purchasing decisions (Case Study of UD Makmur Jaya Rice Mill Consumers in Makmur Village, Teluk Mengkudu District, Serdang Bedagai Regency). The sample for this research was 95 consumers. The results of this research are that the variables of product quality, price and distribution channels simultaneously have a positive and significant effect on rice purchasing decisions, with a coefficient of determination value of 0.872

Keywords: product, price, distribution channels, purchasing decisions

PENDAHULUAN

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Nasution, 2015). Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Produk beras yang dihasilkan oleh Kilang Padi UD Makmur Jaya di Desa di Desa Makmur Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai, dari hasil pengamatan penulis masih terlihat belum memiliki kualitas yang baik. Sering terlihat adanya campuran gabah kering dan beras yang terpecah.

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi

kebutuhan maupun keinginannya (Purba et al., 2022). Harga adalah komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Pengertian harga juga sangat beragam banyak pandangan yang menjelaskan mengenai pengertian harga dalam sebuah pasar. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki (Harahap et al., 2022).

Produk yang berkualitas merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap produk harus memiliki kualitas dan keunggulan yang baik dibandingkan dengan produk lainnya sehingga dapat memberikan nilai kepuasan bagi konsumen. Proses pengambilan keputusan diawali dengan kebutuhan. Dalam pemenuhan

kebutuhan ini perlu dilakukan evaluasi untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung dari kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya.

Lingkup aktivitas bisnis sangatlah luas, akan tetapi pada dasarnya aktivitas tersebut terdiri dari produksi, dzistribusi, dan konsumsi. Masing-masing aktivitas ini memiliki teori tersendiri. Salah satunya adalah distribusi yang mana aktivitas distribusi ini berarti pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Manullang, 2018). Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Saladin, 2016). Saluran distribusi merupakan suatu aspek yang terdapat beberapa rangkaian yang melakukan kegiatan penyaluran barang dari produsen kepada konsumennya (Setiawan et al., 2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi UD Makmur Jaya di Desa Makmur Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan pendekatan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena-fenomena serta hubungan-hubungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 2000 konsumen dalam bentuk suplayer (grosir beras). Adapun jumlah sampel sebanyak 95 konsumen. Adapun waktu penelitian ini dilakukan mulai Bulan Juli 2022 – Agustus 2023 dengan lokasi penelitian pada Kilang Padi UD Makmur Jaya di Desa Makmur Kecamatan Teluk Mengkudu.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas yang disebut X1, X2, X3 dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y. Hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat disebut sebagai berikut: (Sugiono, 2019)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Dimana: Y = variabel dependen (keputusan konsumen); X1 = variable independen (kualitas

produk); X2 = variabel independen (informasi); X3 = variabel independen (harga); a = konstanta; e = variabel pengganggu.

HASIL

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 6.407 jika dibandingkan dengan nilai t-tabel yang sebesar 1.661. Maka t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel atau $6.407 > 1.661$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai $0,000 < 0,005$; sehingga variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel harga (X2) sebesar 2.362 jika dibandingkan dengan nilai t-tabel yang sebesar 1.661. Maka t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel atau $2.362 > 1.661$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas $0,000 < 0,005$; sehingga variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Peningkatan Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel saluran distribusi (X3) sebesar 1.762 jika dibandingkan dengan nilai t-tabel yang sebesar 1.661. Maka t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t-tabel atau $1.762 > 1.661$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas $0,001 < 0,005$ sehingga variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel saluran distribusi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai F-hitung $1049.353 > F\text{-tabel } 2.47$ hal ini menunjukkan variabel independen X1, X2 dan X3 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y. R square (R²) menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0.872, artinya persentase kualitas produk (X1), harga (X2) dan saluran distribusi (X3) terhadap peningkatan keputusan pembelian sebesar 87.2% sedangkan sisanya sebesar 12.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0.872.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, L. H., Fikri, M. H., Hadian, A., & Darwis, A. 2022. Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Aroma Bakery Sm Raja Medan Amplas. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(3), 351–359.
- Manullang, M. 2018. *Pengantar Bisnis*. Gadjah Mada University Press.
- Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Purba, H. P. B., Mulyono, K. H. H., & Fikri, M. H. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Industri Sapu Lidi di Desa Sialang Kecamatan Bangun Purba. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 2(3), 13–25.
- Saladin, D. 2016. *Manajemen pemasaran*. Edisi Keempat.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. 2020. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *Jurnal Riset Manajemen*, 9, 138–155.