

PENGARUH MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ROKOK HERBAL SIN PROVOST 19 DI WARKOP MOJOPAHIT

Faisal Maulana Styo Pribadi¹, Moch. Munir Rachman², Widiar Onny Kurniawan³

Univeristas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : hnn_munir@yahoo.com², kurniawan.onny@unipasby.ac.id³

ABSTRAK

Rokok ialah produk tembakau yang sudah dikonsumsi oleh manusia sejak dahulu, saat ini perkembangan bisnis produk rokok sudah semakin luas, sudah banyak perusahaan yang berdiri disektor ini, sebab melihat peluang yang ada cukup besar, dengan banyaknya pengkonsumsi rokok saat ini mengindikasikan bahwa bisnis rokok mempunyai prospek jangka panjang yang sangat menguntungkan. Keputusan pembelian dapat terjadi apabila konsumen merasa produk yang ditawarkan oleh penjual telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sehingga penjual perlu melakukan pendekatan yang baik dalam memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen, penjual dapat meyakinkan konsumen agar membeli produknya dengan cara menjamin bahwa produk yang dijual terbukti sudah aman dan steril. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode secara kuantitatif, populasi dan sampel yang digunakan sebanyak 100 konsumen dipilih oleh penulis yang diperoleh dari data laporan penjualan selama 1 minggu dari tanggal 17 desember 2020 sampai 23 desember 2020, mulai pukul 18.00 sampai 23.00. Hasil analisis menunjukkan bahwa telah terbukti variabel merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: Merek, harga, kualitas produk & keputusan pembelian

ABSTRACT

Cigarettes are found to be tobacco products that have been consumed by humans for a long time, now the development of the cigarette product business is getting wider, there are many companies that have been established in this sector, because seeing the opportunities that exist is quite large, with the number of cigarette consumers today is that the cigarette business has prospects very profitable long term. Purchasing decisions can occur if consumers feel that the products offered by the seller are in accordance with their needs and desires, so the seller needs to take a good approach in providing information related to the products offered to consumers, the seller can expect to buy by guaranteeing that the products sold are proven to have been sold. safe and sterile. In this study, the authors used quantitative methods, the population and samples used were 100 consumers selected by the authors who were obtained from sales report data for 1 week from December 17, 2020 to December 23, 2020, from 18.00 to 23.00. The analysis of the results shows that it is proven that brand, price and product quality variables influence purchasing decisions.

Keywords: Merk, price, quality product & purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang terjadi saat ini membuat tantangan tersendiri bagi para pengusaha agar menerapkan strategi bisnis yang tepat pada usahanya, apabila strategi yang dijalankan bisa berjalan dengan baik, maka usaha juga dapat bertahan dan berkembang. Bagi para pengusaha, keadaan ini akan semakin memperburuk kondisi pasar akibat adanya persaingan harga yang tidak adil, sehingga perlu adanya pengawasan oleh pihak terkait agar kondisi persaingan bisnis tetap dijalar yang wajar. Didirikannya suatu usaha bertujuan agar mendapatkan keuntungan dan memperkenalkan produk kepada para pelanggan agar dikenal lebih luas, sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai media promosi yang efektif dan efisien, setiap pengusaha harus mampu menjawab segala keresahan yang dirasakan oleh para konsumen saat ini, sebab perilaku konsumen yang cenderung berubah-ubah membuat suatu tantangan tersendiri bagi para pengusaha dalam memanfaatkan peluang yang ada, kecenderungan konsumen yang lebih memilih produk yang berkualitas dan harga terjangkau saat ini sangat diburu oleh mayoritas konsumen.

Rokok ialah produk tembakau yang sudah dikonsumsi oleh manusia sejak dahulu, saat ini perkembangan bisnis produk rokok sudah semakin luas, sudah banyak perusahaan yang berdiri disektor ini, sebab melihat peluang yang ada cukup besar, dengan banyaknya pengonsumsi rokok saat ini mengindikasikan bahwa bisnis rokok mempunyai prospek jangka panjang yang sangat menguntungkan. Proses produksi rokok yang saat ini sudah menggunakan teknologi yang modern membuat perusahaan dapat dengan cepat memenuhi permintaan pasar, sudah banyak merek rokok yang beredar dengan harga jual yang berbeda-beda.

Keputusan pembelian dapat terjadi apabila konsumen merasa produk yang ditawarkan oleh penjual telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sehingga penjual perlu melakukan pendekatan yang baik dalam memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen, penjual dapat meyakinkan konsumen agar membeli produknya dengan cara menjamin bahwa produk yang dijual terbukti sudah aman dan steril, sebab ditengah kondisi pandemi saat ini keamanan dan kesterilan produk harus diperhatikan. Tercapainya keputusan pembelian oleh konsumen diawali dengan kebutuhan yang mendesak serta ketersediaan produk yang dibutuhkan, kedua hal ini akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk segera membeli produk tersebut, terdapat faktor utama yang dapat menentukan terjadinya keputusan pembelian yakni merek, harga dan kualitas produk.

Merek ialah identitas yang dibawa oleh suatu produk untuk diperkenalkan kepada para konsumen dengan tujuan untuk membentuk suatu kebiasaan melihat, membaca dan mengonsumsi jangka panjang, tentu saja dengan adanya merek yang diperkenalkan kepada konsumen dapat menarik minat konsumen agar membeli produk tersebut, disinilah peran penting manajemen promosi dalam menjangkau para konsumen sebanyak mungkin supaya target penjualan dapat tercapai pada periode waktu tertentu.

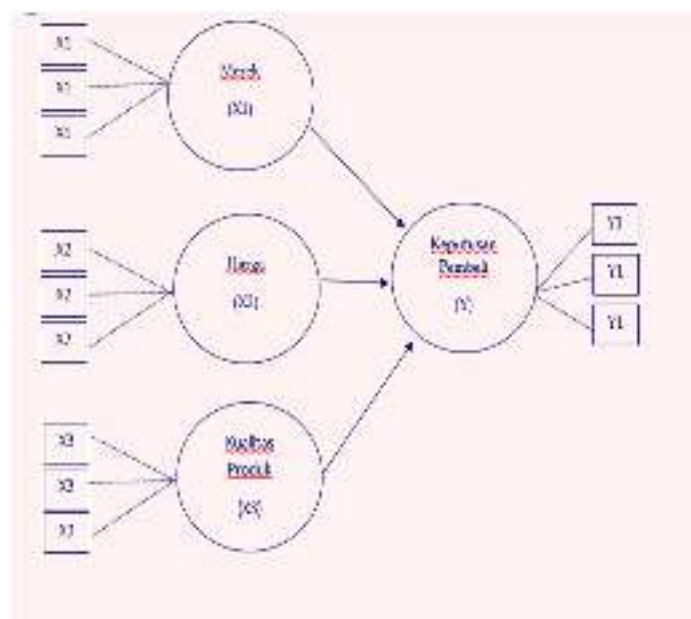
Harga menjadi bagian penting dalam menentukan keputusan pembelian, setiap konsumen yang membutuhkan suatu produk akan mempertimbangkan tentang harga, setiap produk yang dijual dengan harga yang terjangkau dan memberikan manfaat kepada konsumen cenderung lebih besar kemungkinan untuk dibeli, daya beli masyarakat yang semakin menurun membuat setiap pengusaha harus mempertimbangkan kembali harga jual produknya kepada para konsumen.

Kualitas produk menjadi bagian penentu tercapainya keputusan pembelian, saat ini setiap pengusaha harus memperhatikan kualitas produk yang dijual kepada para konsumen. Dengan semakin banyaknya kompetitor yang mendirikan dibidang usaha yang sama, membuat persaingan bisnis juga akan semakin ketat, oleh sebab itu agar dapat memenangkan persaingan bisnis, setiap pengusaha harus bisa konsisten menjaga kualitas produk yang dijualnya, sehingga para konsumen tidak akan kecewa.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah ada pengaruh merek rokok herbal SIN terhadap keputusan pembelian konsumen rokok herbal SIN Provost 19 di warkop Mojopahit?
2. Apakah ada pengaruh harga rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?
4. Apakah ada pengaruh secara serentak merek, harga, dan kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?

KERANGKA KONSEPTUAL



METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode secara kuantitatif, populasi dan sampel yang digunakan sebanyak 100 konsumen dipilih oleh penulis yang diperoleh dari data laporan penjualan selama 1 minggu dari tanggal 17 desember 2020 sampai 23 desember 2020, mulai pukul 18.00 sampai 23.00.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

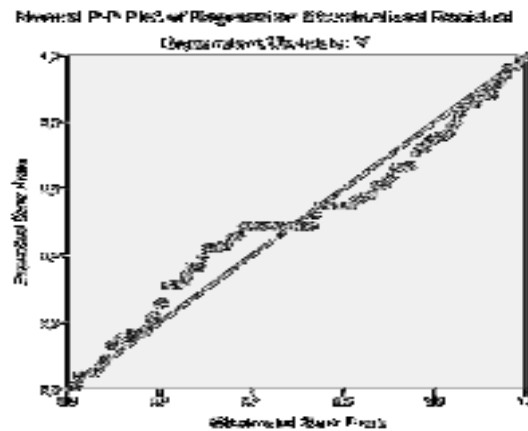
Uji Validitas

Hasil uji validitas didapatkan nilai *corrected item total correlation* >0,3. Sehingga dapat dipastikan seluruh item telah valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas didapatkan *cronbach's alpha* >0,6. Sehingga seluruh data dipastikan telah reliabel.

Uji Normalitas



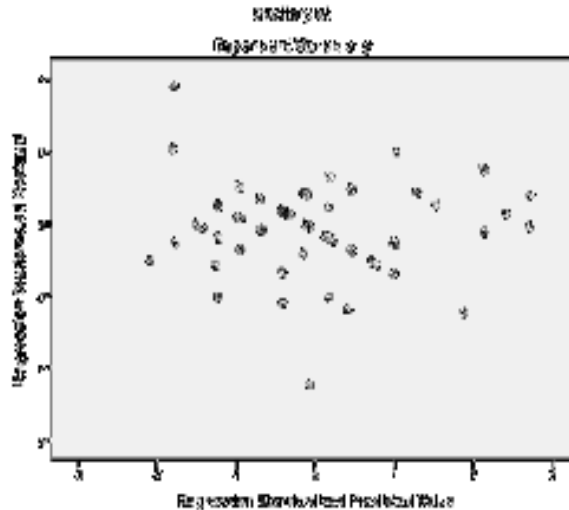
Gambar 2. Normal P-Plot

Sesuai gambar Normal P-Plot diatas, dapat dipastikan data sudah distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Nilai *Tolerance* masing-masing variabel mendekati angka 1. Serta nilai VIF > 1 dan < 10 . Sehingga dipastikan data tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastistas



Gambar 3. Scatterplot

Gambar diatas memperlihatkan titik telah menyebar dengan acak, sehingga dipastikan data terbebas dari adanya gangguan heteroskedastistas.

Uji Autokorelasi

Hasil pengujian autokorelasi diperoleh nilai Durbin Watson (DW) lebih besar dari DU 1.807 $> 1,7566$ yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3.723	1.543
Merek	.419	.105
Harga	.384	.115
Kualitas Produk	.013	.066

Didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,723 + 0,419X_1 + 0,384X_2 + 0,013X_3 + \varepsilon$$

Uji Parsial

Tabel 2. Uji t

	Standardized	t	sig
Merek		3.975	.000
Harga		3.333	.000
Kualitas Produk		.195	.835

Hasil uji parsial dijelaskan sebagai berikut :

1. Didapatkan nilai t-hitung merek $3.975 > t\text{-tabel} = 1,655$ & signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Didapatkan nilai t-hitung harga $3.333 > t\text{-tabel} = 1,655$ & signifikansi $0,000 > 0,05$.
3. Didapatkan nilai t-hitung kualitas produk $0.195 < t\text{-tabel} = 1,655$ & signifikansi $0,835 < 0,05$.

Uji Simultan

Tabel 3. Uji F

	F	Sig.
Regression	47.625	.000 ^b

Hasil pengujian diatas mendapatkan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil uji F sebesar 47.265 > F-tabel 2,67 (df=146).

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Koefisien Determinasi

	R	R Square
Model	.774 ^a	.598

1. Diperoleh koefisien determinasi nilai R Square yakni 0,598, hasil tersebut menyatakan bahwa 59,8 % variabel terikat dapat dipengaruhi oleh variabel bebas yang dijadikan sebagai penelitian. Sedangkan 39,2 % dipengaruhi oleh variabel lain
2. Didapatkan hasil koefisien korelasi ditunjukkan nilai $R = 0,774$ yang memberikan arti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

1. Dijelaskan bahwa merek mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sama dengan yang pernah dibuat oleh Nela Evelina dkk (2012), Dessy Amelia Fristiana (2013), Mohamad Rizan dkk (2015), Silvia Buyung dkk (2016), Ody Yustiawan (2016), Tabhita Ratna Prasastiningtyas (2016), Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017), Aditya Hangga Supangkat dan Supriyatin (2017).
2. Dijelaskan bahwa harga terbukti mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Nela Evelina dkk (2012), Dessy Amelia Fristiana (2013), Akrim Ashal Lubis (2015), Silvia Buyung dkk (2016), Ody Yustiawan (2016), Tabhita Ratna Prasastiningtyas (2016), Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017), Aditya Hangga Supangkat dan Supriyatin (2017).
3. Dijelaskan bahwa kualitas produk terbukti tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Karena kualitas produk tidak menjamin merek rokok akan banyak diminati karena selera para pengguna rokok juga berbeda beda, bahkan ada orang yang setia dengan 1 merk rokok saja masih ingin mencoba merk rokok lain.
4. Secara simultan merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian . Hasil penelitian ini sama dengan yang pernah dibuat Nela Evelina dkk (2012), Dessy Amelia Fristiana (2013), Akrim Ashal Lubis (2015), Mohamad Rizan dkk (2015), Silvia Buyung dkk (2016), Ody Yustiawan (2016), Tabhita Ratna Prasastiningtyas (2016), Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017), Aditya Hangga Supangkat dan Supriyatin (2017).

SIMPULAN

1. Merek mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Rokok Herbal Sin Provost 19 Di Warkop Mojopahit
2. Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Rokok Herbal Sin Provost 19 Di Warkop Mojopahit
3. Kualitas Produk tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Rokok Herbal Sin Provost 19 Di Warkop Mojopahit
4. Merek, Harga dan Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Rokok Herbal Sin Provost 19 Di Warkop Mojopahit

IMPLIKASI

1. Bagi perusahaan rokok herbal sin provost 19 supaya terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk rokok yang diproduksi. Apabila hal tersebut dijalankan dengan baik, maka rokok herbal sin provost 19 dapat terus bersaing dengan produk rokok lain.
2. Selain itu perlu diperhatikan bahwa keputusan pembelian dapat terjadi apabila konsumen merasa produk yang ditawarkan oleh penjual telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sehingga penjual perlu melakukan pendekatan yang baik dalam memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen, penjual dapat meyakinkan konsumen agar membeli produknya dengan cara menjamin bahwa produk yang dijual terbukti sudah aman dan steril.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Selama melakukan penelitian, penulis terkendala pada jawaban responden yang terkadang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Penelitian memakai 4 variabel, sehingga peneliti mendatang dapat menggunakan variabel lain.