

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Virtako di UD. Rizky Desa Pematang Jering

Benhart Nainggolan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya

Email: benhartnainggolan@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine "The Effect of Product Quality, Brand Image and Consumer Satisfaction on Virtako Purchasing Decisions in UD Rizky Pematang Jering Village. The method of determining the sample used in this study is to use the non probability sampling formula as many as 30 samples who are farmers in Pematang Jering Village. Based on the results of the analysis of hypothesis 1, it can be concluded that the first hypothesis is accepted, meaning that the Product Quality variable (X1) has an effect on the Purchasing Decisions variable (Y). Based on the results of the analysis of hypothesis 2, it can be concluded that the second hypothesis is accepted, meaning that the Brand Image variable (X2) has an effect on the Purchasing Decisions variable (Y). Based on the results of the analysis of hypothesis 3, it can be concluded that the third hypothesis is rejected, meaning that the Consumer Satisfaction variable (X2) has no effect on the Purchasing Decisions variable (Y). Based on the results of the analysis of hypothesis 4, it can be concluded that the forth hypothesis is accepted, meaning that the Product Quality variable (X1), Brand Image variable (X2), and Consumer Satisfaction variable have a joint effect on the Purchasing Decisions variable (Y).

Keywords: Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction, and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Virtako Di UD Rizky Desa Pematang Jering”. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Non Probability Sampling* sebanyak 30 sampel yang merupakan petani di desa pematang jering. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 1 dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, artinya variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 2 dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima, artinya variabel Citra Merek (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 3 dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak, artinya variabel Kepuasan Konsumen (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis

terhadap hipotesis 4 dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima, artinya variabel Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Kepuasan Konsumen (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang terdiri dari 5 pulau besar. Indonesia juga di kenal dengan sumber kekayaan dari alam nya dan salah satu kekayaan alam Indonesia dari hasil pertanian nya . Luas wilayah Indonesia 1,905 juta km², dengan luasnya wilayah daratan yang dimiliki Indonesia, maka Indonesia memiliki pertanian yang sangat luas dengan jumlah 70 Ha yang di jelaskan Menteri pertanian Indonesia dan wilayah yang efektif di produksi hanya 45 juta Ha. Dengan luasnya pertanian Indonesia membuat permintaan para konsumen beragam dan membuat perusahaan berdiri untuk mencukupi para petani yang ada di Indonesia. Salah satu permasalahan yang kerap terjadi pada di Indonesia yaitu hama.

Hama adalah semua gangguan pada manusia, hewan, dan tanaman.pengertian hama dalam tanaman adalah semua hewan yang mengganggu pada tanaman atau hasilnya yang mana aktivitas hidupnya ini dapat menimbulkan kerugian secara ekonomis. Karena banyak nya serangan hama pada tanaman pada pertanian Indonesia membuat perusahaan berdiri dengan tujuan memenuhi kebutuhan petani dalam mengatasi hama pada tanaman petani. Pestisida adalah salah satu racun kontak yang mengandung bahan kimia atau alami yang digunakan untuk membunuh dan mengendalikan hama pada tanaman. Perusahaan yang memproduksi pestisida dengan berbagai merek dagang memiliki persaingan yang ketat, oleh karena itu perusahaan pestisida harus dapat menjaga kualitas produk, citra merek dari merek pestisida tersebut dengan memberikan kepuasan bagi konsumen nya, agar konsumen puas dengan hasil pestisida yang dibelinya sehingg konsumen membeli dan menggunakannya.

Virtako adalah salah satu racun kontak dan sistemik untuk membunuh dan mengendalikan hama pada tanaman cabai, bawang, dan padi. Sistemik berarti apabila Virtako di semprot kan pada tanaman maka tanaman akan menyerap rancun tersebut. Virtako dapat membunuh beberapa jenis hama yaitu, hama penggerek batang, wereng dan hama putih palsu atau hama pelipat daun. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi pada petani di Desa Pematang Jering yang dimana sebagian besar berprofesi sebagai petani, dan sebagian besar petani pada dusun tersebut menggunakan produk virtako sebagai racun pestisida untuk mengendalikan hama pada tanaman mereka. Sehingga produk Virtako sebagai objek penelitian. Berikut adalah daftar jumlah petani di Desa Pematang Jering :

Tabel 1. Daftar Jumlah Petani Yang Menggunakan Virtako Desa Pematang Jering

No	Nama Petani	Luas Tanah/Rantai	Jumlah botol MT1	Jumlah botol MT2	Harga per botol @200.000
1	Parlindungan Saragih	4000	16	16	Rp 6.400.000
2	Chintya Sukmawati	1200	5	5	Rp 2.000.000
3	Jannus Simanjuntak	4000	16	16	Rp 6.400.000
4	Rasit	1200	5	5	Rp 2.000.000
5	Lasdon Ompusunggu	2100	8	8	Rp 3.200.000
6	Melisa Siahaan	2000	8	8	Rp 3.200.000
7	Togap Simanjuntak	800	3	3	Rp 1.200.000

No	Nama Petani	Luas Tanah/Rantai	Jumlah botol MT1	Jumlah botol MT2	Harga per botol @200.000
8	Wagimun	1000	4	4	Rp 1.600.000
9	Ahmad Fauzi	1600	7	7	Rp 2.800.000
10	Budiman Tambunan	2000	8	8	Rp 3.200.000
11	Henrianto	2000	8	8	Rp 3.200.000
12	Anton Manik	2000	8	8	Rp 3.200.000
13	Dugar Pandiangan	800	3	3	Rp 1.200.000
14	Parlin Gurning	1400	6	6	Rp 2.400.000
15	Erika Sihaloho	2000	8	8	Rp 3.200.000
16	Marbun Silalahi	2000	8	8	Rp 3.200.000
17	Harapan Nainggolan	1000	4	4	Rp 1.600.000
18	Kardi	800	3	3	Rp 1.200.000
19	Marni	1000	4	4	Rp 1.600.000
20	Sarmin	1600	7	7	Rp 2.800.000
21	Supardi	1000	4	4	Rp 1.600.000
22	Marasil Tamba	1200	5	5	Rp 2.000.000
23	Nelli Siregar	2000	8	8	R 3.200.000
24	Darman Simanjuntak	800	3	3	Rp 1.200.000
25	Jarudin	1600	7	7	Rp 2.800.000
26	Lisken Siagian	2000	8	8	Rp 3.200.000
27	Mariani	800	3	3	Rp 1.200.000
28	Junihar Simanjuntak	3000	12	12	Rp 4.800.000
29	Romulus Simangunsong	1000	4	4	Rp 1.600.000
30	Siti Bonur Sinaga	1000	4	4	Rp 1.600.000

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di ketahui bahwa 30 orang dari petani di Desa Pematang Jering memakai racun Virtako. Harga racun Virtako yang mahal membuat hanya sedikit petani yang menggunakannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan bagaimana menggambarkan ciri khas tersendiri sehingga dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Menurut (Kotler & Keller, 2016) bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam melakukan fungsi fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan,kehandalan, ketelitian, yang di peroleh produk dengan secara keseluruhan.

Citra Merek

Citra Merek adalah pengalaman yang baik atau buruk yang di miliki konsumen mau pun publik, sehingga berdasarkan pengalaman tersebut kemudian akan tercipta atau tergambarkan pada merek sehingga membentuk citra merek. Menurut (Kotler & Keller, 2016) Citra Merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tersebut.

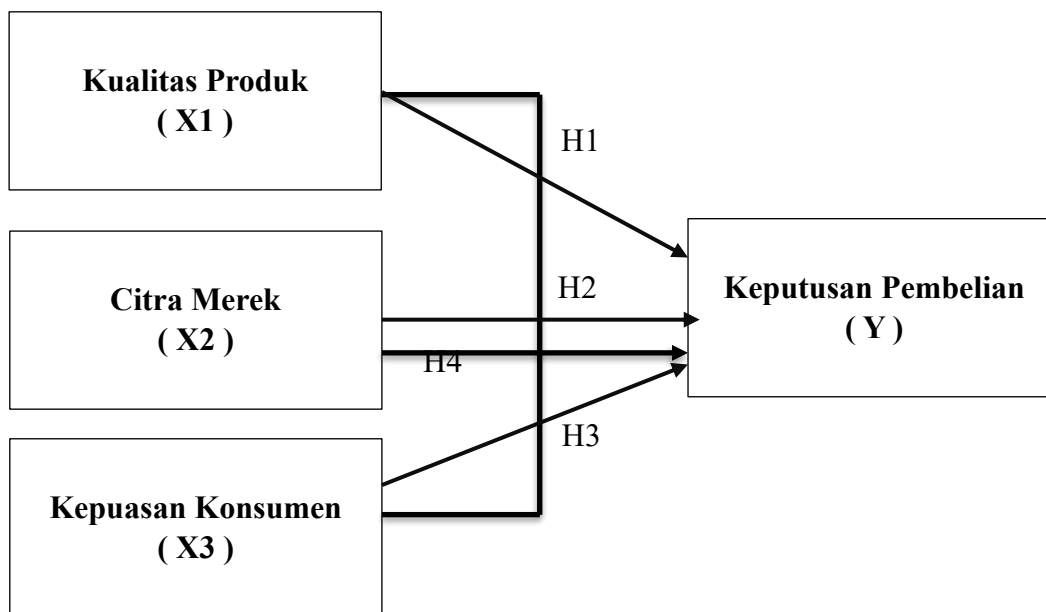
Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 2017) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau sedih seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan nya. Sedangkan menurut (Daryanto, 2014) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Keputusan Pembelian

Menurut (Yusuf, 2021) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Sedangkan menurut (Kotler & Amstrong, 2017) menyatakan keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang di beli. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2015) mengemukakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif.

Untuk memperjelas dari pokok penelitian, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Sifat penelitian ini yaitu Replikasi. Menurut (Sastroasmoro *et al.*, 2014) penelitian replikasi adalah suatu penelitian pengulangan dari penelitian terdahulu yang serupa namun dengan objek, variabel dan periode yang berbeda. Penelitian sebelumnya yang menjadi bahan replikasi adalah dari (Hutapea, 2020) dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada peroduk yang di teliti dam periode waktu dalam melakukan analisis.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah populasi target. Berikut daftar tabel populasi pengguna racun Virtako Desa Pematang Jering berikut ini :

Tabel 2. Populasi Pengguna Racun Virtako Di Desa Pematang Jering

No	Nama Petani	Luas Tanah/Rantai	Jumlah botol MT1	Jumlah botol MT2	Harga per botol @200.000
1	Parlindungan Saragih	4000	16	16	Rp 6.400.000
2	Chintya Sukmawati	1200	5	5	Rp 2.000.000
3	Jannus Simanjuntak	4000	16	16	Rp 6.400.000
4	Rasit	1200	5	5	Rp 2.000.000
5	Lasdon Ompusunggu	2100	8	8	Rp 3.200.000
6	Melisa Siahaan	2000	8	8	Rp 3.200.000
7	Togap Simanjuntak	800	3	3	Rp 1.200.000
8	Wagimun	1000	4	4	Rp 1.600.000
9	Ahmad Fauzi	1600	7	7	Rp 2.800.000
10	Budiman Tambunan	2000	8	8	Rp 3.200.000
11	Henrianto	2000	8	8	Rp 3.200.000
12	Anton Manik	2000	8	8	Rp 3.200.000
13	Dugar Pandiangan	800	3	3	Rp 1.200.000
14	Parlin Gurning	1400	6	6	Rp 2.400.000
15	Erika Sihaloho	2000	8	8	Rp 3.200.000
16	Marbun Silalahi	2000	8	8	Rp 3.200.000
17	Harapan Nainggolan	1000	4	4	Rp 1.600.000
18	Kardi	800	3	3	Rp 1.200.000
19	Marni	1000	4	4	Rp 1.600.000
20	Sarmin	1600	7	7	Rp 2.800.000
21	Supardi	1000	4	4	Rp 1.600.000
22	Marasil Tamba	1200	5	5	Rp 2.000.000
23	Nelli Siregar	2000	8	8	R 3.200.000
24	Darman Simanjuntak	800	3	3	Rp 1.200.000
25	Jarudin	1600	7	7	Rp 2.800.000
26	Lisken Siagian	2000	8	8	Rp 3.200.000
27	Mariani	800	3	3	Rp 1.200.000
28	Junihar Simanjuntak	3000	12	12	Rp 4.800.000
29	Romulus Simangunsong	1000	4	4	Rp 1.600.000
30	Siti Bonur Sinaga	1000	4	4	Rp 1.600.000

Sumber : Desa Pematang Jering (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka populasi dari penelitian ini sebanyak 30 orang petani pengguna racun Virtako Desa Pematang Jering. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak begitu besar, sehingga peneliti mengambil semua populasi sebagai sampel dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah Petani Desa Pematang Jering yang menggunakan racun Virtako yang berjumlah 30 orang.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas (Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen) dan variabel terikat (Keputusan Pembelian), maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, penulis menggunakan bantuan program *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

di mana :

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta dari persamaan regresi

b₁ = Koefisien regresi dari variabel X₁ (Kualitas Produk)

b₂ = Koefisien regresi dari variabel X₂ (Citra Merek)

b₃ = Koefisien regresi dari variabel X₃ (Kepuasan Konsumen)

e = Standar error

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah Uji t secara parsial dan Uji F secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda menjelaskan besarnya peranan variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan variabel Kepuasan Konsumen terhadap variabel Keputusan Pembelian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *SPSS 25.00 for windows*. Analisis masing-masing variabel dijelaskan dalam uraian berikut :

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2,614	6,294	
	X1	,486	,165	,398
	X2	,876	,220	,533
	X3	,098	,354	,033

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah dari lampiran 4, 2023

Berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresi linier berganda yang mempunyai formulasi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$, sehingga diperoleh persamaan : $Y = 2,614 + 0,486X_1 + 0,876 X_2 + 0,098X_3$.

Uji t

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikasi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel indepenen seperti pada Tabel berikut ini:

Tabel 4. Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,614	6,294		,415	,681
	X1	,486	,165	,398	2,943	,007
	X2	,876	,220	,533	3,980	,000
	X3	,098	,354	,033	,276	,785

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)

Dari tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,943 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; $n-k = 30-3=27$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,051 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (2,943) > t_{tabel} (2,051), demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima, artinya Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dari tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,980 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; $n-k = 30-3=27$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,051 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (3,980) > t_{tabel} (2,051), dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya variabel Citra Merek berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Dari tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,276 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; $n-k = 30-7=27$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,051 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (0,276) < t_{tabel} (2,051), dan nilai signifikansinya sebesar $0,785 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga ditolak, artinya variabel Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Uji F

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194,489	3	64,830	15,225	,000 ^b
	Residual	110,711	26	4,258		
	Total	305,200	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)

Dari tabel diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,225 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : k, dk penyebut : $n-k-1$ (5%; 3; $30-3-1=26$) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,98 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (15,225) > F_{tabel} (2,98), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima, artinya Kualitas Produk, Citra

Merek, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen menunjukkan bahwa:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini disebabkan racun Virtako sudah memenuhi kebutuhan dan harapan dari petani sehingga petani memutuskan membeli racun Virtako.
2. Citra Merek (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dikarenakan racun Virtako memiliki reputasi yang bagus sehingga petani memutuskan membeli racun Virtako.
3. Kepuasan Konsumen (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dikarenakan racun Virtako memiliki harga yang mahal.
4. Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Kepuasan Konsumen (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

REFERENSI

- Amstrong, Gary & Philip, K. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima. Cetakan I. Yogyakarta: Gava Media*.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen and Brand management, New Jersey: Pearson Pretice Hall. Inc*.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-12. Jilid 1) Indonesia. PT Macanan Jaya Cemerlang: Pt Indeks*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa—prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi Offset*.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal, 2 (1), 472–481*.