

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan home industri goreng sale pisang ambon fajar endah kota banjar.

Penelitian ini dilaksanakan di kota banjar di perusahaan home industri goreng sale fajar endah. Jenis penelitian ini adalah jenis data penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen produk sale goreng pisang ambon yang berjumlah 250 dengan sample 80 konsumen dan menggunakan tehnik sampling non probability sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, angket, observasi lapangan, studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif, analisis korelasi, koefisien determinasi, regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien antara kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk goreng sale Fajar Endah sebesar 0,915. Nilai tersebut menunjukkan tingkat korelasi yang sangat kuat. Makna dari nilai *R-square* sebesar 0,837 atau 83,7% yaitu keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan kemasan. Sedangkan sisanya sebesar 16,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, dapat dilihat nilai $F_{hitung} = 198,162$ dengan nilai signifikan 0.000, sedangkan nilai $F_{tabel} = 3.11$. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikan lebih kecil dari taraf signifikan 5%, maka regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf kepercayaan 95%. Nilai t_{hitung} untuk mengukur tingkat signifikan pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y , dengan dk (derajat kepercayaan) = $N-2$, dimana N = jumlah sampel dan k = variabel konstan, sehingga $dk = 80 - 2$, maka nilai t_{tabel} dengan dk 78 dan taraf kepercayaan 95%, hasil t_{tabel} nya adalah 1,66. Nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 2,403. Dari paparan tersebut, dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas produk dan kemasan, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan H_0 untuk hipotesis utama artinya ditolak, artinya kualitas produk dan kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di dukung pula oleh tingkat signifikan yang lebih kecil dari 5%. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X_1), yaitu sebesar 2.924. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $2.924 > 1.66$ maka hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 hipotesis pertama yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ditolak. Artinya secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Nilai t_{hitung} untuk variabel kemasan (X_2), yaitu sebesar 3.939. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $3.939 > 1.66$

Anna Siti Fathonah, 2013

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar

maka hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 hipotesis kedua yaitu kemasan terhadap keputusan pembelian ditolak. Artinya secara parsial kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kemasan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of product quality and packaging of the company's purchasing decisions in the home industry was fried bananas dawn endah sale banjar city.

The research was conducted in the city in the company's row home cooking industry endah sale dawn . This research is quantitative research data type using descriptive research methods and verification . The study population is a consumer product sale fried bananas which totaled 250 with a sample of 80 consumers use the techniques of sampling and non- probability sampling . Data collection techniques used were interviews , questionnaires , field observations , literature. Data analysis was descriptive data analysis , correlation analysis , the coefficient of determination , multiple linear regression.

The results showed that the coefficient between product quality and packaging of the product purchase decision fried Endah Fajar sale for 0,915 . This value indicates the level of correlation is very strong . Meaning of the R - square value of 0.837 or 83.7 % of purchase decisions are influenced by the quality of the product and packaging . While the remaining 16.3 % is influenced by factors that were not studied . Based on the results of the data processing , can be seen the value $F_{hitung} = 198.162$ with a significant value of 0.000 , while the value of $F_{table} = 3.11$. Because the value $F_{hitung} > F_{table}$ with significantly smaller than the significant level of 5 % , then the regression can be used to predict purchase decisions jointly or variable quality of the product and packaging have a significant effect on purchasing decisions with a level of 95 % . Tcount to measure the influence of significant variables X_1 and X_2 to variable Y , with df (degrees of belief) = $N - 2$, where N = number of samples and k = constant variable , so that $dk = 80 - 2$, then the value t_{table} with dk 78 and the 95% confidence level , the results of his t_{table} is 1.66 . T values were obtained for 2,403 . Of exposure , it can be seen that for the variable quality of the product and packaging , $t > t_{table}$, then we can conclude the main means for the hypothesis H_0 is rejected , meaning that the quality of products and packaging significantly influence purchasing decisions . It is also supported by the significantly smaller rate of 5 % . T value for the variable quality of the product (X_1) , that is equal to 2,924 . Because $t > t_{table}$, namely $2,924 > 1.66$

Anna Siti Fathonah, 2013

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar

then it can be concluded that the first hypothesis H_0 that influence the quality of the product to the purchasing decision was rejected . It means partial , product quality has a positive effect on purchasing decisions . T value for the variable packaging (X_2) , amounting to 3,939 . Because $t > t_{table}$, namely $3939 > 1.66$ then it can be concluded that the second hypothesis H_0 is rejected packaging on purchasing decisions . Packaging means partially positive influence on purchasing decisions .

Keywords : Quality Products , Packaging , Purchasing Decisions



Anna Siti Fathonah, 2013

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu