

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BIBIT JAGUNG PERTIWI PADA MASA COVID – 19 DI DESA SLAHARWOTAN

(ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION TO PURCHASE PERTIWI CORN SEEDS DURING THE COVID-19 PERIOD IN THE VILLAGE OF SLAHARWOTAN)

Endang Insiatul Izza

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Lamongan

email : endanginsiatul99@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Kualitas Produk,
Harga, Citra Produk,
Kualitas Pelayanan
dan Keputusan
Pembelian*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bibit jagung pertiwi di masa pandemi covid-19 pada Desa Slaharwotan. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Deskriptif Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *sample random sampling*, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Slaharwotan dengan jumlah sampel yang diambil 63 responden. Analisis data dilakukan dengan cara pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kemudian dilakukan uji parsial dan uji simultan dengan cara menguji variabel bebas satu persatu dengan nilai signifikan 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} terhadap Keputusan pembelian. Dari hasil uji simultan F_{hitung} mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($57,280 > 2,53$). Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Keywords : *Product Quality, Prices, Brand Image, Service Quality, Purchasing Decision*

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, prices, brand image, service quality on the decision to purchase corn seeds from the motherland during the COVID-19 pandemic in the village of Slaharwotan. The study uses a quantitative descriptive approach. The sampling technique used was random sampling, the population in this study was the community of Slaharwotan village with a total sample of 63 respondents. Data analysis was carried out by grouping the data based on the variables and types of respondents, the partial and simultaneous tests were carried out by testing the independent variables one by one with a significant value of 0.05. The result of the study shows that partially there is a significant relationship between the variables of product quality, prices, brand image, and service quality t_{count} is greater than t_{table} for purchasing decisions. From the results of the simultaneous test $F_{arithmetic}$ has a value greater than the value of F_{table} ($57,280 > 2,53$). So it can be concluded that the variables of product quality, prices, brand image, service quality have a significant effect on purchasing decision

PENDAHULUAN

Dalam dunia pertanian masalah benih bibit jagung adalah faktor utama dalam kebutuhan pertanian. Jenis bibit jagung juga banyak dan memiliki kualitas yang berbeda, harga yang lebih murah para perusahaan akan selalu membuat inovasi baru agar produk mereka tidak kalah dengan produk lainnya.

Konsumen adalah orang yang membeli produk mereka secara terus menerus jika mereka menyukai produk mereka. Perusahaan sangat mempertahankan produk mereka agar keputusan pembelian konsumen tidak pergi, karena banyak pesaing yang mulai keluar. Faktor pertama yaitu Kualitas Produk Menurut Alfredo Dwitama Soenawa (2015) kalau kualitas produk memiliki sifat yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan para konsumen. Faktor kedua yaitu Harga Menurut Fetrisen (2019) jumlah uang yang harus dibayarkan atau yang ditukarkan untuk memperoleh produk. Citra Merek Gandes Swari Romadhoni (2017) ada persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan konsumen dengan merek dalam pikirannya. Kualitas Pelayanan yang baik dan membuat para konsumen nyaman akan membuat mereka kembali membeli produk

ditoko tersebut. Mempertimbangkan secara khusus harus diberikan karena sekarang ekonomi melemah saat ini di Indonesia akibat wabah COVID-19.

Saat terjadi pandemi, masyarakat mengalami kesulitan dalam keuangan mereka. Jadi mereka akan membeli produk yang murah dan kualitas produk yang baik, karena mereka harus memikirkan untuk keperluan lainnya. Inilah yang membuat mengapa masyarakat harus didorong untuk memilih produk yang dapat memberikan hasil yang memuaskan untuk memenuhi kebutuhannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas Produk yaitu dimiliki suatu produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, ketelitian yang dihasilkan.

Menurut Kotler dkk (2015: 143) dalam jurnal Haris Maupa, dkk (2019), indikator kualitas produk, yaitu:

- a. Produk bibit unggul
- b. Produk tahan lama
- c. Kadar air rendah
- d. Kinerja

Harga

Harga Menurut Kotler, dkk (2008) jumlah uang yang harus dibayarkan atau yang ditukarkan untuk memperoleh produk.

Menurut Amstrong dan Philip (2012) dalam jurnal Haris Maupa, dkk (2019), indikator harga yaitu :

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas
- c. Harga bersaing

Citra Merek

Citra Merek Menurut Kotler dkk (2003: 286) ada persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan konsumen dengan merek dalam pikirannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 225) dalam jurnal Haris Maupa, dkk (2019) indikator citra merek yaitu:

- a. Lambang atau logo merek mudah diingat
- b. Mudah dikenali
- c. Reputasi yang baik

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2009), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut Parasuraman (2011:198) dalam jurnal Vionna Adhipratama (2019) adapun indikator kualitas pelayanan yaitu :

- a. Reliabilitas
- b. Daya tanggap
- c. Jaminan

d. Empati

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, dkk (2004: 227) bahwa keputusan pembeli adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Dalam jurnal Febrianto Clinto Polla (2018) adapun indikator dalam keputusan pembelian yaitu :

- a. Yakin
- b. Pertimbangan Masalah
- c. Sesuai Keinginan
- d. Sesuai Kebutuhan

HIPOTESIS

1. Diduga ada pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Bibit Jagung Pertiwi Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Desa Slaharwotan Kecamatan. Ngimbang Kabupaten Lamongan)
2. Diduga ada pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Bibit Jagung Pertiwi Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi kasus di Desa Slaharwotan Kecamatan. Ngimbang Kabupaten. Lamongan)
3. Diduga Kualitas Produk berpengaruh Dominan terhadap Keputusan Pembelian Bibit Jagung Pertiwi Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi kasus di Desa Slaharwotan Kecamatan. Ngimbang Kabupaten. Lamongan).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016: 8) bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode yang dipakai pada penelitian kuantitatif ini berlandaskan pada filsafat positifisme, yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel pada penelitian tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat Desa Slaharwotan, penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* karena dalam pengambilan sampel jumlahnya hanya *representatif*, jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 63 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) dari 63 orang di Desa Slaharwotan. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada

Tabel 1
Hasil uji t pengaruh variabel secara parsial.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.530	.916		2.871	.006		
Kualitas Produk	.174	.077	.202	2.262	.027	.438	2.283
Harga	.229	.078	.260	2.919	.005	.439	2.278
Citra Merek	.304	.089	.284	3.410	.001	.501	1.995
Kualitas Pelayanan	.198	.058	.300	3.378	.001	.441	2.269

a. **Dependent Variable: Keputusan Pembelian**

Sumber : Output SPSS 26.0

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Konsumen**

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal diketahui dari t_{hitung} sebesar 2,262 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Nilai t_{tabel} pada penelitian ini diketahui sebesar 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir, Sirozul, (2017), Ernawati, Diah, (2019), Gandes Swari, dkk (2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian secara signifikan yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas dengan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka untuk hipotesis Kualitas Produk diterima oleh peneliti.

2. **Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen**

Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal diketahui dari t_{hitung} sebesar 2,919 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai t_{tabel} pada penelitian ini diketahui sebesar 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Munir, Sirozul, (2017), Adhipramita, Vionna, dkk, (2017), Hakim, Lukmanul, dkk, (2019), yang menyatakan bahwa harga memiliki nilai yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka untuk hipotesis Harga diterima oleh peneliti.

3. Pengaruh Citra Merek Produk terhadap Keputusan pembelian Konsumen

Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal diketahui dari t_{hitung} sebesar 3,410 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai t_{tabel} pada penelitian ini diketahui sebesar 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hakim, Lukmanul, dkk, (2019), Pradana, Dedhy, dkk, (2017), Sari, Kartika Rendika Putri, dkk (2019), yang menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka untuk hipotesis Citra Merek diterima oleh peneliti.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian Konsumen

Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal diketahui dari t_{hitung} sebesar 3,378 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai t_{tabel} pada penelitian ini diketahui sebesar 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adhipramita, Vionna, dkk (2019), Polla, Febriano Clinto, dkk (2018), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis kualitas pelayanan dapat diterima oleh peneliti.

Tabel 2
Hasil uji f pengaruh variabel secara simultan.
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.344	4	29.836	57.280	.000 ^b
	Residual	30.211	58	,521		
	Total	149.556	62			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk, Kemasan, Kualitas

Sumber : Output SPSS 26.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan sedangkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($57,280 > 2,53$), maka dapat

disimpulkan bahwa secara bersama–sama variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati, Diah, (2019), Adipramita, Vionna, dkk (2019), menyatakan kalau semua variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian..

Variabel Dominan

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada masyarakat Desa Slaharwotan dengan pembuktian bahwa Citra Merek (X_3) memiliki nilai t_{hitung} 3,410 lebih besar dari variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_4).

KESIMPULAN

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bibit jagung pertiwi di masa covid-19 pada Desa Slaharwotan. Dan beberapa cara kualitas produk dapat diperbaiki dengan baik.
2. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bibit jagung pertiwi di masa covid-19 pada Desa Slaharwotan. Diharapkan perusahaan industri bibit jagung pertiwi bisa mempertahankan harga produk agar keputusan pembelian konsumen meningkat.
3. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bibit jagung pertiwi di masa covid-19 pada Desa Slaharwotan. Diharapkan perusahaan industri bibit jagung pertiwi bisa mempertahankan desain pada produk agar permintaan konsumen semakin meningkat.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bibit jagung pertiwi di masa covid-19 pada Desa Slaharwotan. Diharapkan toko bibit jagung pertiwi selalu meningkatkan kualitas pelayan dengan baik agar para konsumen merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methode)*. Alfabeta, Bandung.
- Ernawati, Diah (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandalas Bandung*. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol 7 Nomor 1, 2019.
- Adipramita, Vionna, dkk (2019) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan*. Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17) Vol 4, Nomor 1, Mei 2019, Hal 80-90.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Alfabeta, Bandung.

- Hakim, Lukmanul, dkk, 2019. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara Di UD.Barelang Tani Jaya Batam.* Jurnal Ecobisma, Vol.6 No.2 2019.
- Rendika, Putri Kartika Sari, dkk (2019). *Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta.* Edunomika-Vol. 03, No. 1 (Februari 2019).
- Romadhiani, Gandes Swari, dkk (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio Pada Kaonsumen Honda Semarang Center.*
- Munir, Sirozul (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Nippont Paint (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Siwalan Rejo Kecamatan Sukodadi).*
- Soenawan, Alfredo Dwitama, dkk (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya.*
- Mustika, Ayu Winda (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Eliter GM PT. Vinivici Prima Lestari (Tupperware) Di Lamongan.* Skripsi Lamongan : Program Sarjana Universitas Islam Lamongan.
- Arma, Makmur Jaya, dkk (2013). *Pertumbuhan Dan Produksi Jagung (Zea mays L.) Dan Kacang Tanah (Arachis Hypogaea L.) Melalui Pemberian Nutrisi Organik Dan Waktu Tanam Dalam Sistem Tumpang Sari.* Jurnal Agroteknos Maret 2013. Vol. 3 No. Hal 1-7 ISSN: 2087-7706.
- Pradana, Dedhy, dkk (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Montor.*
- Sugiyono, 2012 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methode).* Alfabeta, Bandung.
- Maupa, Haris, dkk (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar.* JBMI Vol. 16 No. 2 Oktober 2019.
- Fetrisen, dkk, (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia.*