

PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS BULOG DI KOTA METRO

THE INFLUENCE OF PACKAGING, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON BULOG RICE PURCHASING DECISIONS IN METRO CITIES

Feby Musti Ariska*, Hendrik Sunarko, Supriyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Dharma Wacana
Jl. Kenanga No.3, Mulyojati, Kec. Metro Barat, Kota Metro, Lampung 34121

e-mail : feby.fe22@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to find out the effect, price and product quality on consumer purchasing decisions for bulog rice in Metro City. The population of this study were all Bulog rice consumers in Metro City. The sample taken for research was 30 respondents using incidental sampling technique. Data was collected through a process of observation and direct interviews with respondents and using a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS program. The research results showed that packaging and price have a negative influence on consumer purchasing decisions on bulog rice while the variable that has a positive influence on purchase decisions is the quality of bulog rice. Companies can further improve the appearance of packaging and packaging quality because packaging is a component that supports product durability so that product quality is also more guaranteed and the price offered can be adjusted to market conditions.*

Keywords: *Packaging, Price, Product Quality, Purchasing Decisions,*

Abstrak: Penelitian ini tujuannya ialah untuk mencari tahu pengaruh kemasan, harga serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap beras bulog di Kota Metro. Populasi penelitian ini ialah semua konsumen beras bulog yang ada di Kota Metro. Sampel yang diambil untuk penelitian ialah 30 responden memakai teknik *incidental sampling*. Data dikumpulkan menempuh proses observasi dan wawancara langsung dengan responden memakai kuisioner. Teknik Analisis data yang dipakai yakni analisis regresi linear berganda memakai program SPSS. Hasil penelitian menampilkan bahwasanya kemasan dan harga punya pengaruh yang negatif terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap beras bulog sedangkan variabel yang memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian adalah kualitas beras bulog. Perusahaan dapat lebih meningkatkan tampilan kemasan serta kualitas kemasan karena kemasan menjadi komponen yang mendukung ketahanan produk sehingga kualitas produk juga lebih terjamin serta harga yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan keadaan pasar.

Kata Kunci: Harga, Kemasan, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk

I. PENDAHULUAN

Perum Bulog ialah salah satu perusahaan publik milik negara yang berupaya dalam bidang logistik pangan. Status Bulog menjadi BUMN (Badan Usaha Milik Negara) mulai sejak tahun 2003. Cakupan dari badan usaha ini meliputi usaha dalam bidang pergudangan atau logistik, usaha eceran, pemberantasan hama dan survey, penyalur karung plastik, usaha angkutan, serta perdagangan komoditi pangan. Bulog tetap melaksanakan aktivitas yang memperhatikan harga dasar pembelian untuk gabah, mendistribusikan beras orang miskin, stabilitasi harga terkhusus harga pokok, serta pengelolaan stok pangan meskipun sudah menjadi perusahaan yang memikul tugas publik dari pemerintah. Perum Bulog bertujuan untuk memberi bantuan terbaik ke pemangku kepentingan lainnya dalam mencukupi keperluan pangan pokoknya.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang mencakup berbagai hal seperti kemasan, harga dan kualitas produk, yang nantinya akan menjadi petunjuk untuk konsumen agar mengkonsumsi jasa dan produk suatu perusahaan. Keputusan pembelian adalah langkah awal dimana konsumen membeli suatu produk manufaktur (Suryana & Dasuki, 2013). Pembeli

cenderung lebih suka dengan produk-produk yang kualitasnya bagus serta kemasan yang menarik dan terkenal. Pengenalan kebutuhan, mencari keterangan, mengevaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian oleh konsumen dan perilaku yang dilakukan konsumen sebelum pembelian merupakan 5 (lima) dimensi yang bisa digunakan oleh konsumen setelah memutuskan membeli suatu produk.

Ketetapan pembelian konsumen terhadap beras Bulog bisa dikatakan belum maksimal dikarenakan informasi yang tersedia belum menyentuh kalangan yang mengakibatkan konsumen harus mendatangi langsung kantor Bulog untuk mendapatkan berbagai informasi terkait ragam beras apa saja yang dijual. Tidak jarang ditemui banyak konsumen yang masih membandingkan beras dari perum Bulog dengan beras yang dijual oleh pedagang lainnya. Ada beberapa hal yang dijadikan sebagai alasan bagi konsumen ketika menentukan beli atau tidaknya suatu produk adalah kemasan, harga serta kualitas produk tersebut.

Kemasan merupakan komponen penting pada suatu produk. Produk dengan kemasan yang menarik dan aman akan memikat konsumen untuk membeli dan bersedia mengeluarkan uang lebih

untuk kemasan khusus (Darmawan, 2017). Kemasan yang menarik dan aman memang menarik, setidaknya bagi konsumen. Dengan kata lain kemasan mempengaruhi ketetapan pembelian konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Resmi & Wismiarsi, 2015) dimana kemasan memberikan pengaruh yang positif atas keputusan konsumen dalam membeli produk. Menurut (Kotler, 2009) unsur-unsur yang harus ada dalam kemasan produk adalah warna, ukuran, bentuk, gambar merek dan tanda label.

Harga merupakan sejumlah nilai yang mesti pengguna keluarkan untuk dapat memiliki fungsi dari sebuah produk. (Ardiansyah, 2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwasanya penentuan harga yang telah bersaing di pasar adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk bisa menaikkan volume laba dan penjualan yang diperoleh. Hal ini sejalan dengan pendapat (Pristyo, 2013) yang mengatakan bahwasanya penetapan harga penting untuk memberikan profit bagi perusahaan. Terdapat dua jenis harga jual beras bulog yaitu Rp 8.500,-/kg untuk beras premium dan Rp 8.000,-/kg untuk beras medium (Perum Bulog Subdivre Lampung Tengah-Metro, 2023).

Kualitas erat kaitannya dengan kepuasan konsumen yang akhirnya berakhir pada keputusan pembelian konsumen. Bairizki (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwasanya kualitas produk punya pengaruh positif dan signifikan atas keputusan pembelian. Terdapat dua jenis kualitas beras Bulog yaitu beras premium dan beras medium. Perbedaan dari kedua jenis kualitas beras dapat dilihat dari jumlah patahan beras. Patahan beras premium dibawah 10% sedangkan untuk patahan beras medium mencapai angka 10%. Pangsa pasar beras Bulog di Kota Metro adalah Rumah Pangan Kita (RPK) dan toko yang tersebar diseluruh Kota Metro.

Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana pengaruh kemasan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro. Maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mendapatkan pengaruh kemasan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro.

II. METODE

Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif kajian terhadap data yang dipertemukan dan dikemukakan dalam bentuk angka, yang nantinya data numerik tersebut dianalisis dengan

menggunakan metode statistik (Pramana, 2023). Data yang dicantumkan yakni data primer dan sekunder. Informasi dasar didapat dengan mewawancarai responden dengan menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang diurutkan menurut tahapan yang harus diisi oleh responden. Peneliti memakai *skala Likert* sedangkan data sekunder bersumber dari artikel dan buku yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Populasi pada penelitian ini ialah semua konsumen beras Bulog yang ada di Kota Metro. Teknik penentuan sampling yang dipakai ialah *non probability sampling* yakni *incidental sampling*. Sampel yang dipilih adalah 30 orang. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui program SPSS.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Mengacu pada pengujian validitas yang dipakai pada penelitian ini diketahui bahwa data yang dipakai valid karena nilai koefisien korelasi diatas angka 0,30. Data yang digunakan juga dinyatakan telah lolos dari uji reliabilitas karena nilai dari *Cronbach Alpha* melebihi angka 0,6. Berdasarkan uji *Kolmogorov Smirnov* menampilkan nilai signifikan senilai 0,127 dimana

angka itu lebih besar dari skor α yaitu 0,05 yang berarti bahwasanya data yang dipakai normal dan dinyatakan valid. Data yang dipakai pada penelitian juga sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan multikolinearitas artinya data yang digunakan dapat dikatakan layak untu diteliti.

Analisis regresi linear berganda yang dipakai bertujuan untuk mengatahui pengaruh kemasan (X1), Harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	10.518	3.570	
	Kemasan (X1)	-.037	.154	-.048
	Harga (X2)	.331	.358	.218
	Kualitas Produk (X3)	.797	.350	.491

Sumber: Data Diolah, 2023

Jika dilihat table 1 diatas, didapatkan persamaan regresi linear berganda yakni : $Y = 10,518 - 0,037 X1 + 0,331 X2 + 0,797 X3$. Nilai konstanta memiliki nilai positif (10,518) yang artinya konstanta menunjukkan pengaruh yang searah antara variable

bebas dengan variabel terikat. Nilai kemasan (X1) memiliki nilai yang negatif (-0,037) yang artinya jika variable kemasan naik sebesar 1% maka bisa menurunkan keputusan pembelian dari konsumen senilai 0,037, dengan dugaan variabel lain bersifat konstan. Sedangkan untuk variable harga (X2) serta kualitas produk (X3) punya skor yang positif (0,331 dan 0,797) dimana jika harga dan kualitas produk masing-masing naik 1% maka akan menyebabkan kenaikan keputusan pembelian masing-masing 0,331 dan 0,797.

b. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk menentukan dan memprediksi kemampuan dari variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat yang bisa dilihat dari nilai *adjusted R – Squared* (Krismiyati et al., 2020). Besarnya skor R-Square berkisar antara 0 hingga 1. Apabila skor R-Square mendekati angka 1 dapat diartikan bahwa variabel bebas bisa memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan saat menentukan atau dalam memprediksi variabel terikat. Sebaliknya apabila nilai *R-Square* mendekati angka 0 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas hanya bisa memberikan informasi yang

terbatas dalam memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2018). Hasil koefisien determinasi digambarkan dalam tabel di bawah.

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.403	.334	2.751

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Kemasan (X1), Harga (X2)

Sumber: Data Diolah, 2023

Mengacu tabel tersebut, skor R-Square atau koefisien determinasi senilai 0,403. Bisa disimpulkan bahwasanya kemampuan variabel kemasan (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) mempengaruhi keputusan pembelian senilai 0,403 atau senilai 40,3% kemudian sisanya senilai 59,7% dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak digunakan didalam penelitian. Skor R-Square yang diperoleh termasuk kategori moderat karena lebih besar dari 0,33 dan kurang dari 0,67. Apabila nilai R-Square > 0,67 dikategorikan kuat sedangkan R-Square < 0,33 dikategorikan lemah (Ghozali, 2018).

c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yakni suatu prosedur yang bertujuan dalam menetapkan terima atau tolak hipotesis yang sudah dibangun (Tampubolon et

al., 2019). Hipotesis yang dibangun didalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H0 : Kemasan (X1) tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro

H1 : Kemasan (X1) memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H0 : Harga (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H2 : Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H0 : Kualitas Produk (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H2 : Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H0 : Kemasan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

H4 : Kemasan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro

Uji Simultan (Uji F)

Uji F tujuannya ialah untuk untuk melihat apakah variabel bebas atau variable independent secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari uji F tampak dalam tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.596	3	44.199	5.840	.003 ^b
	Residual	196.771	26	7.568		
	Total	329.367	29			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Kemasan (X1), Harga (X2)						

Sumber : Data Diolah, 2023

Apabila nilai probabilitas atau signifikansinya lebih kecil dari 0,05 bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Dilihat dari table 3 diatas diketahui bahwa poin signifikan F senilai 0,003 dimana $0,003 < 0,05$ dapat ditarik kesimpulan H0 ditolak serta terima H4 yang berarti variable kemasan, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro.

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan Uji t yakni melihat apakah variabel bebas berpengaruh signifikan

terhadap variabel terikat secara parsial. (Ghozali, 2018) mengemukakan bahwa Tujuan uji-t hakikatnya ialah untuk menampilkan seberapa pengaruh tunggal variabel independen dalam mendeskripsikan variasi variabel dependen. Besar kecilnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* tampak dari besar kecilnya koefisien regresi. Hasil dari uji t tampak dalam tabel .

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.518	3.570		2.946	.007
	Kemasan (X1)	-.037	.154	-.048	-.243	.810
	Harga (X2)	.331	.358	.218	.926	.363
	Kualitas Produk (X3)	.797	.350	.491	2.276	.031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel 4 tersebut untuk bisa mengetahui seberapa pengaruh dari setiap variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat bisa didapatkan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Kemasan (X1), taraf signifikan diperoleh senilai $0,810 > 0,05$ dimana bisa tarik kesimpulan terima H0 serta tolak H1 karena kemasan (X1) tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

- Harga (X2), taraf signifikan didapatkan senilai $0,363 > 0,05$ dimana bisa ditarik kesimpulan terima H0 serta tolak H2 karena harga (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- Kualitas Produk (X3), taraf signifikan diperoleh senilai $0,031 < 0,05$ dimana bisa ditarik kesimpulan tolak H0 serta terima H3 karena kualitas produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

IV. PENUTUP

a. Simpulan

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan adanya pengaruh yang positif serta negatif dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variable kemasan (X1) dan harga (X2) punya pengaruh yang negative terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro sedangkan kualitas produk (X3) punya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro. Hasil koefisien determinasi menggambarkan hubungan yang moderat antara variabel bebas (Kemasan, harga dan kualitas produk)

dan variable terikat (Keputusan pembelian). Hasil pengujian hipotesis untuk uji simultan menunjukkan bahwasanya variable kemasan, harga dan kualitas produk secara Bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro sedangkan untuk uji parsial (uji t) menampilkan bahwasanya kemasan dan harga tidak memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan untuk kualitas produk memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras Bulog di Kota Metro.

b. Saran

Melalui penelitian ini diharapkan Perusahaan dapat lebih meningkatkan tampilan kemasan serta kualitas kemasan karena kemasan menjadi komponen yang mendukung ketahanan produk sehingga kualitas produk juga lebih terjamin dan dapat diterima konsumen dalam kondisi yang baik. Begitu juga dengan harga yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan kondisi pasar sehingga konsumen menjadi semakin tertarik dalam membeli produk. Penelitian ini hanya berfokus kepada kemasan, harga beserta kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras bulog di Kota Metro, oleh karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya

menambah variable yang akan diteliti sehingga menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R. (2012). Pengaruh harga, produk dan promosi terhadap volume penjualan sepeda motor Honda. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 1(12), 1–17.
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies). *Jurnal Valid*, 14(2), 71–86.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1–10.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Krismiyati, Handayani, S., & Syukur, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum Bulog Kantor Cabang Biak. *JUMABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 6–15. <https://doi.org/10.55264/jumabis.v4i2.66>
- Pramana, I. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Banten pada Griya Upakara Bali. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(8), 1644–1654. <https://ceredindonesia.or.id/index>.

Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Beras Bulog di Kota Metro (Ariska dkk, 2023)

php/akmami/article/viewFile/154/168

<https://doi.org/10.23969/trikonomika.v12i2.479>

- Pristyo, M. (2013). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya. *E-Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 27–37.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 1–20.
- Suryana, P., & Dasuki, E. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190–200.
- Tampubolon, M., Yunus, M., & Liana. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Perum Bulog sub Divre Pematangsiantar. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 462–467. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.109>