



Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan Tawar Mina Sari di Wonogiri

Veronica Veronica^{1*}, Khabib Alia Akhmad², Nur Hadi³

¹⁻³Program Studi S1- Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Jl. Ki Mangun Sarkoro N0. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135

Korespondensi penulis: veronicazefanya27@email.com *

Abstract. *The aim of this research is to determine the influence of packaging, product quality and price on purchasing decisions for Mina Sari freshwater fish chips in Wonogiri. The type of research used was quantitative research, where the population taken was 50 buyers of Mina Sari freshwater fish chips, with a research sample of 25 people. The sampling method is probability sampling and data collection is using a questionnaire. Data analysis by means of research instrument tests includes validity tests, reliability tests, classic assumption tests including normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests, hypothesis tests include T tests, F tests, and R tests. The resulting research is the significant influence of packaging on decisions Purchase of Mina Sari Wonogiri freshwater fish chips. The significant influence of product quality on purchasing decisions for Mina Sari Wonogiri freshwater fish chips. The significant influence of price on the decision to purchase Mina Sari Wonogiri freshwater fish chips. Packaging, product quality and price simultaneously influence the decision to purchase Mina Sari freshwater fish chips in Wonogiri.*

Keywords: *Packaging, Product Quality, Price, Fish Chips*

Abstrak. Tujuan dari riset ini adalah untuk menganalisis pengaruh kemasan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana populasi mengambil sebanyak 50 orang pembeli keripik ikan tawar Mina Sari, dengan sampel penelitian sebanyak 25 orang. Sampel diambil dengan metode *probability sampling* dan pengumpulan data melalui kuesioner. Data analisis dengan cara uji instrumen penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis meliputi uji T, uji F, dan uji R. Penelitian yang dihasilkan yaitu pengaruh signifikan kemasan terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri. Pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri. Pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri. Kemasan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri.

Kata kunci: Kemasan, Kualitas Produk, Harga, Keripik Ikan

1. LATAR BELAKANG

Ekonomi maritim adalah semua aktivitas keberlangsung ekonomi wilayah pantai dan laut, dan di daratan lahan atas yang menggunakan bahan baku dari wilayah pesisir dan lautan. Ekonomi maritim Indonesia meliputi 11 sektor: (1) penangkapan ikan laut, (2) budidaya ikan, (3) pengolahan industri ikan dan hasil laut, (4) bioteknologi industri laut, (5) ESDM, (6) wisata laut, (7) konektivitas laut, (8) kehutanan, (9) sumber daya wilayah pulau-pulau kecil, (10) industri dan jasa maritim, dan (11) SDA non-konvensional. Iryanti (2021). Direktur Pemasaran Ditjen PDSPKP, Erwin Dwiyanu menunjukkan produk Indonesia semakin mendapatkan tempat di pasar dunia. Berdasarkan data sementara BPS (480 kode HS 8 digit produk perikanan), nilai ekspor produk perikanan periode Januari – Maret 2022 mencapai USD1,53 miliar atau naik 21,62% dibanding periode yang sama tahun 2021.

Waduk Gajah Mungkur merupakan sebuah waduk yang terletak di Kabupaten Wonogiri dengan penghasil sumber daya perikanan air tawar. Dengan hasil perikanan yang melimpah dan beragam jenisnya, Wonogiri memiliki banyak produsen pengolahan ikan. Salah satu olahan ikan yang banyak dijual di wilayah Wonogiri adalah kripiik ikan wader. Ikan wader merupakan spesies ikan kecil yang mudah untuk dibuat kripiik. Salah satu produsen produk kripiik ikan yang menjadi fokus penelitian ini adalah Usaha Keripik Ikan Tawar Mina Sari. Usaha Mina Sari berlokasi di Desa Pandan, Eromoko, Wonogiri, Jawa Tengah.

Proses keputusan pembelian yaitu memilih produk atau jasa yang akan konsumen beli. Tjiptono mengemukakan keputusan pembelian merupakan proses konsumen mengenali merek atau produk tertentu serta melakukan evaluasi masing-masing alternatif tersebut bisa memecahkan masalahnya, lalu mengarah pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi berbagai faktor yaitu kemasan, kualitas produk, dan harga. Pratama (2022) menyatakan kemasan adalah alat yang umum dipakai untuk membawa dan melindungi suatu produk ketika berpindah tempat. Selain kemasan, kualitas produk juga penting untuk ditingkatkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Aquino (2023) mengemukakan kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya, mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta perlengkapan bernilai lainnya. Kualitas produk adalah kunci persaingan antara pelaku usaha yang menawarkan kepada konsumen. Setiap orang tentu ingin mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan harga yang diberikan. Namun, ada sebagian besar konsumen yang berpendapat jika produk mahal adalah produk berkualitas. Jika ini bisa dilakukan perusahaan, maka perusahaan akan dapat tetap menyenangkan pelanggan dan menambah jumlah konsumen. Faktor penting harga dalam sistem penjualan adalah harus sesuai dengan ekonomi pembeli, supaya orang dapat membeli barang tersebut. Alawiah (2023) menyatakan Harga adalah sejumlah uang yang yang dipakai untuk mendapatkan produk-produk tertentu baik barang atau jasa.

Salah satu produsen yang melakukan pengolahan ikan adalah Mina Sari Wonogiri. Produk Mina Sari Wonogiri memiliki indikator seperti kemasan, kualitas produk, dan harga sehingga hal ini sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian dan yang akan melakukan transaksi berikutnya. Selain kemasan, harga dan kualitas produk yang saling berhubungan, pelayanan dan fasilitas juga perlu ditingkatkan untuk kepuasan konsumen. Dengan adanya potensi pada Mina Sari ini, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan Tawar Mina Sari di Wonogiri”.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Manoppo (2013) Manajemen pemasaran merupakan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirancang dalam menciptakan, membangun, dan mempertahankan saling menguntungkan dengan pembeli yang bermaksud mencapai sasaran organisasi. Kusnara (2022) manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih sasaran pasar serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah pelanggan dalam penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul.

Kemasan

Darmawan (2020). Kemasan merupakan daya tarik awal yang harus dimiliki oleh suatu produk untuk dapat memengaruhi target audien memberikan respon positif dalam artian membeli produk. Lamli (2023) menyatakan kemasan secara umum adalah bagian luar pembungkus produk yang bertujuan melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan terhadap benda lain.

Kualitas Produk

Zidane (2023) menyatakan kualitas produk merupakan totalitas karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Soliha (2017) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang dapat diandalkan pemasar dalam memasarkan produk.

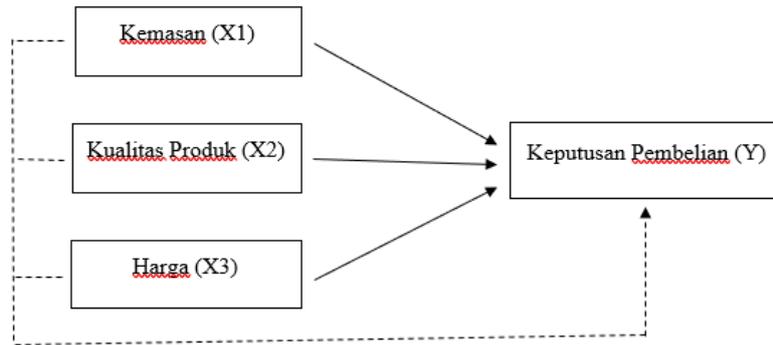
Harga

Saputri (2019) harga merupakan nilai uang yang harus dibayar untuk mendapatkan produk dan jasa, harga dapat berbeda-beda dilihat dari produk atau jasa yang dijual. Putri (2023) menyatakan harga merupakan satuan moneter (termasuk barang dan jasa lain) untuk ditukarkan supaya memperoleh hak milik atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Keputusan Pembelian

Kandau (2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis penelitian sesuai dengan kerangka konseptual di atas yaitu H1: Kemasan (X1) diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri, H2: Kualitas produk (X2) diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri, H3: Harga (X3) diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri, H4: Kemasan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) diduga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) keripik ikan tawar Mina Sari Wonogiri.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, yang akan dipakai untuk meneliti masalah yang telah dipaparkan di atas. Irvan (2023) menyatakan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang ujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengolah data yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan informasi penting di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana pengolahan data menggunakan *SPSS 25 64 Bit*, dengan uji instrumen penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis meliputi uji T, uji F, dan uji R.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kemasan	X1.1	0,766	0,396	Valid
	X1.2	0,795	0,396	Valid
	X1.3	0,789	0,396	Valid
	X1.4	0,675	0,396	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,754	0,396	Valid
	X2.2	0,793	0,396	Valid
	X2.3	0,913	0,396	Valid
	X2.4	0,663	0,396	Valid
	X2.5	0,728	0,396	Valid
Harga	X3.1	0,794	0,396	Valid
	X3.2	0,804	0,396	Valid
	X3.3	0,672	0,396	Valid
	X3.4	0,722	0,396	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,880	0,396	Valid
	Y.2	0,716	0,396	Valid
	Y.3	0,837	0,396	Valid

Sumber : Data SPSS 2024

Pada Tabel 1. seluruh pernyataan tentang kemasan, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian konsumen yang diajukan untuk konsumen Keripik Ikan Tawar Mina Sari Wonogiri adalah valid karena dapat dilihat dari nilai r hitung > r table, kesimpulannya bahwa semua pernyataan di dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengetahui benar atau tidaknya data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemasan	0,750	Reliabel
Kualitas Produk	0,813	Reliabel
Harga	0,727	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,738	Reliabel

Sumber : Data SPSS 2024

Pada tabel 2. semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82299877
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.084
Test Statistic		.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan hasil pengujian uji normalitas yaitu pada data 25 sampel responden pengujian variabel kemasan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian berdistribusi normal. Terbukti dengan nilai yang dihasilkan asymp.sig sebesar 0,200 dapat dikatakan nilai asymp.sig $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients*			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemasan	.523	1.913
	Kualitas Produk	.451	2.220
	Harga	.733	1.364
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan Tabel 4. jika nilai *tolerance value* lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.820	1.213		1.501	.148
	X1	.063	.102	.177	.618	.543
	X2	-.064	.080	-.246	-.796	.435
	X3	-.078	.089	-.211	-.872	.393
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan Tabel 5. hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig.) untuk variabel X1 (kemasan) 0,543, X2 (kualitas produk) 0,435, dan X3 (harga) 0,393 dengan nilai sig. $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Koefisien Determinan (Uji R²)

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinan (Uji R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.451	.87982
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan Tabel 6. diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,451. Dalam hal ini berarti 45% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga. Sedangkan sisanya 55% keputusan pembelian dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)**Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.584	3	5.861	7.572	.001 ^b
	Residual	16.256	21	.774		
	Total	33.840	24			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kemasan, Kualitas Produk, Harga						

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 7. diatas uji F simultan dihasilkan Fhitung sebesar 7.572 dengan signifikansi 0,001. Nilai signifikansi menunjukkan taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Fhitung > Ftabel ($7.572 > 3,07$) yang berarti bahwa variabel kemasan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Keripik Ikan Tawar Mina Sari Wonogiri.

Uji Parsial (Uji T)**Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	.677	1.795		.377	.710
	X1	.502	.151	.616	3.325	.003
	X2	-.277	.117	-.470	-2.360	.028
	X3	.545	.132	.649	4.137	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber : Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 8. dapat dijelaskan nilai t-hitung variabel kemasan (X1) = 3.325 (t-hitung) > 2,079 (t-tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003, variabel kualitas produk (X2) = -2.360 (t-hitung) < 2,079 (t-tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,028, variabel harga (X3) = 4.137 (t-hitung) > 2,079 (t-tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa kemasan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Ikan Tawar Mina Sari di Wonogiri.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri. Kemasan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik ikan tawar Mina Sari di Wonogiri. Saran bagi pengusaha keripik

ikan tawar Mina Sari Wonogiri untuk kedepannya dapat melakukan pengembangan varian produk keripik ikan, meningkatkan kualitas produk, melakukan pemasaran lebih luas, pembaharuan teknologi dan meningkatkan kualitas pelayanan.

DAFTAR REFERENSI

- Alawiah, W. d. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 17-34.
- Aquino, R. W. (2023). Efek Mediasi Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen. *Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 32-45.
- Darmawan, D. d. (2020). Studi Empiris Tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan Terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 99-110.
- Irvan, I. A. (2023). Filosofi Penelitian Kuantitatif dalam Manajemen Islam. *Jurnal Riview Pendidikan dan Pengajaran*, 1407-1417.
- Iryanti, E. R. (2021). Implementasi Sistem Informasi Pemantauan Cuaca Maritim di Pantai Menganti untuk Mitigasi Bencana. *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, 20-26.
- Kandau, M. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Diferentiation Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Erni Dimsum di Medan Johor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 547-554.
- Kusnara, H. P. (2022). Pengaruh Kualitas produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lem Kuning Fox (Studi Kasus pada Konsumen PT Aica Indria. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1521-1526.
- Lamlie, S. K. (2023). Pengaruh Kemasan, Brand Image, dan Harga Terhadap Pembelian Kosmetik Mustika Ratu pada PT Liandi Prima Abadi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2498-2502.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA*, 1341-1348.
- Pratama. (2022). BAB 2 Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 6-19.
- Putri, L. T. (2023). Direct Marketing dan Price Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi L 300 pada PT Suka Fajar LTD Cabang Bangkinang Kota. *Jurnal Daya Saing*, 747-754.
- Saputri, R. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 46-53.

- Soliha, N. F. (2017). Kualitas Produk, Cita Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Majemen dan Terapan*, 1-20.
- Zidane, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* , 121-134.