



KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA

¹Zahwa Zabidatus,²Sudarnice,³Yuliawan Rahmat,⁴Rahayu, Tasya Aprilia Dwi, ⁵Mantika, Alifia Aziza

⁶Ramadhani, Nessa Febrilia,⁷Zahra, Shafira Putri Nayla

^{1,2,3,4,5,6,7}Manajemen Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

⁴tasyaaprilia69833@gmail.com

Abstract

*This study aims to determine the instrument validity of product quality and price on purchasing decisions for bottled drinking water (AMDK) brand Aqua. The price and quality of Aqua drinking water have a close relationship. Consumers need to consider various factors, such as water quality, packaging, service, personal needs, and available promos, before buying Aqua. So this makes researchers interested in doing this research. The method in this study uses quantitative scientific methods by applying *ex post facto*, which has independent variables (variables that influence) and dependent variables (variables that are influenced), with the population in this study being 74 students in Surabaya. Data collection in the study used a questionnaire which was then tested for validity using SPSS. The results in this study use a validity test at a significant level of 5%, resulting in 9 valid statement items and 1 statement said to be invalid for the product quality variable (X1) and price (X2) because $r\text{-count} > r\text{-table}$ and there are 4 valid statement items and 1 invalid statement item for the Aqua bottled water purchase decision variable (Y) because $r\text{-count} > r\text{-table}$.*

Keywords: product quality, price, purchasing decisions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui validitas instrumen kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merk *Aqua*. Harga dan kualitas air minum *Aqua* memiliki hubungan yang erat. Konsumen perlu mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kualitas air, kemasan, layanan, kebutuhan pribadi, dan promo yang tersedia, sebelum membeli *Aqua*. Sehingga hal ini membuat peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode ilmiah kuantitatif dengan mengaplikasikan *ex post facto*, yang memiliki variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi), dengan populasi dalam penelitian ini adalah 74 mahasiswa yang berada di Surabaya. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner yang kemudian diuji validitas dengan menggunakan SPSS. Hasil dalam penelitian ini menggunakan uji validitas taraf signifikan sebesar 5%, maka menghasilkan 9 butir pernyataan valid dan 1 pernyataan dikatakan tidak valid untuk variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan ada 4 butir pernyataan valid serta 1 butir pernyataan tidak valid untuk variabel keputusan pembelian AMDK *Aqua* (Y) karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian

© 2023 Jurnal Pustaka Manajemen

1. Pendahuluan

Peningkatan teknologi dan pertumbuhan penduduk yang pesat mendorong perusahaan air mineral untuk semakin terus berinovasi dan memperluas jaringan pasar supaya dapat terus bertahan dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan air mineral lain yang terus bermunculan yang mengakibatkan persaingan antar produsen semakin ketat dan meningkat. Hal ini menjadikan perusahaan harus semakin keras berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya, memperhatikan penetapan harga serta berinovasi dan kreatif dalam menciptakan serta mengembangkan produknya agar produknya dapat terus bertahan di pasaran, serta diminati dan dipercaya oleh konsumen sebagai produk yang berkualitas unggul. Suatu produk agar dapat diminati oleh konsumen harus mampu memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Dalam mewujudkan tujuan untuk mencapai kepuasan konsumen tersebut, perusahaan harus mampu untuk mempelajari terlebih dahulu tentang produk yang diminati konsumen, kebiasaan-kebiasan yang dilakukan oleh para konsumen, mengapa konsumen tertarik untuk mengkonsumsi barang tersebut, serta berapa banyak jumlah produk yang dibutuhkan oleh konsumen (Cahyono, 2005:12).

Untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan perusahaan dapat berhasil merebut pasar dan disukai oleh konsumen maka perlu dilakukan penelitian yang melibatkan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan dari produk tersebut. Produk yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu air mineral Aqua, yang dimana keputusan pembelian ulang pelanggan terhadap produk Aqua hingga saat ini masih cukup tinggi, meskipun bermunculan merk-merk air mineral lain dari pesaing yang mencoba merebut pangsa pasar Aqua. Namun Aqua masih mampu mempertahankan eksistensinya di pasar hingga saat ini. Hal ini tentunya tidak terlepas dari faktor-faktor yang mendasari para konsumen tetap setia dan mau terus melakukan pembelian ulang terhadap produk Aqua.

Dalam penelitian ini beberapa faktor yang akan dianalisis dan sekiranya berperan dalam keputusan pembelian ulang pelanggan Aqua diantaranya yaitu kualitas produk dari air mineral Aqua yang dimana definisi kualitas menurut Kotler dan Armstrong, (2008:272) menyatakan kualitas produk yaitu karakteristik dari suatu produk ataupun jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang diaplikasikan.

Faktor yang kedua yaitu harga, yang dimana konsumen akan mempunyai kecenderungan untuk memilih produk dengan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau. Harga menurut Kotler (1997), memiliki pengertian yaitu sejumlah uang

yang konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk tertentu, harga juga merupakan satu-satunya unsur dari marketing mix yang mampu memberikan pendapatan bagi perusahaan atau suatu organisasi (Cahyono, 2005:33).

Faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang yaitu kepercayaan merek dari konsumen terhadap produk air mineral Aqua itu sendiri. Bilamana konsumen ingin melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk apabila konsumen tersebut memiliki suatu kepercayaan terhadap kualitas produk tersebut, disamping itu konsumen tentunya memiliki kepuasan tersendiri dari produk yang dikonsumsinya.

Kepercayaan merek sendiri menurut Ballestar (2001), menyatakan bahwa kepercayaan merek (brand trust) merupakan suatu perasaan aman yang didapatkan oleh konsumen dalam interaksinya dengan suatu merek yang didasarkan pada persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan serta mencukupi kepentingan dan keselamatan dari konsumen. Sedangkan trust sendiri memiliki pengertian sebagai pandangan konsumen tentang reliabilitas yang didasarkan pengalaman ataupun serangkaian transaksi atau interaksi yang dikarakteristikkan oleh konfirmasi dari harapan atas kinerja produk dan kepuasan (Prabowo,2013:6).

Untuk membuktikan apakah faktor-faktor diatas mampu mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan dari suatu produk khususnya Aqua itulah maka perlu diuji validitas dari instrumen Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Aqua.

2. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Nashiroh, dkk (2020:44) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode ilmiah kuantitatif dengan mengaplikasikan *ex post facto*. *Ex post facto* adalah penelitian yang dipergunakan untuk menelaah atau melacak kembali faktor-faktor atau penyebab dari peristiwa yang diteliti gimana kejadian atau peristiwa tersebut telah dilalui oleh responden, Sugiyanto dalam Malasari Putri Nur, dkk (2022:128). Penelitian ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 74 mahasiswa yang berada di Surabaya. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner yang kemudian diuji validitas dengan menggunakan SPSS. Menurut Sugiyono dalam Elisa Popy Nur, dkk (2021:449) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Tabel 1. Tabel Kisi-Kisi Kuesioner Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua

Indikator	Nomor Pernyataan
Kualitas produk	1,2,3,4,5
Harga produk	6,7,8,9,10
Keputusan pembelian	11,12,13,14,15

Tabel 2. Tabel Perbandingan Pelatihan dan Pengujian

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan Tabel 1, kuesioner dengan 3 poin yang terdiri atas 15 butir pernyataan dengan kriteria penilaian kuesioner yang terdapat pada Tabel 2. terdiri dari 5 pilihan jawaban kuesioner keputusan pembelian AMDK merek Aqua, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RR), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Pemberian skor kuesioner keputusan pembelian AMDK merek Aqua, yaitu apabila jawaban atas pernyataan sangat setuju (SS) bernilai 5, setuju (S) bernilai 4, ragu-ragu (RR) bernilai 3, tidak setuju (TS) bernilai 2, sangat tidak setuju (STS) bernilai 1. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner dengan 74 sampel.

Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 5 tahap, yaitu (1) tahap persiapan, dimana peneliti menentukan topik topik permasalahan, membuat proposal, dan mencari teori-teori yang relevan. (2) tahap pelaksanaan, dimana peneliti melakukan penyebaran kuesioner terhadap 74 responden yang merupakan mahasiswa di Surabaya. (3) tahap pengolahan data, peneliti melakukan pengolahan data berupa menganalisis hasil uji validitas. (4) tahap penarikan kesimpulan, dimana peneliti menentukan kesimpulan atas hasil penelitian, perhitungan data menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikansi 5%. (5) tahap penyusunan laporan, para peneliti menyusun hasil penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Penarikan hasil penelitian menggunakan uji validitas. Menurut Sugiyono (2019:176) menjelaskan bahwa validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas adalah proses untuk mengukur tingkat keakuratan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur ini bisa berupa kuesioner, tes, atau instrumen lainnya yang digunakan dalam penelitian. Data penelitian meliputi kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan keputusan pembelian (Y) yang diperoleh dari 74 responden. Dengan hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X1 DAN X2			
No Butir Soal	r-hitung	r-tabel 5% (72)	Kriteria
1	0,497	0,232	Valid
2	0,525	0,232	Valid
3	0,239	0,232	Valid
4	0,416	0,232	Valid
5	0,471	0,232	Valid
6	0,521	0,232	Valid
7	0,221	0,232	Tidak Valid
8	0,263	0,232	Valid
9	0,404	0,232	Valid
10	0,493	0,232	Valid

Tabel 4. Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian ADMK Merek Aqua

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y			
No Butir Soal	r-hitung	r-tabel 5% (72)	Kriteria
1	0,136	0,232	Tidak Valid
2	0,800	0,232	Valid
3	0,782	0,232	Valid
4	0,839	0,232	Valid
5	0,718	0,232	Valid

Pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5%. maka $r\text{-tabel} = 0,232$. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika nilai r-hitung > nilai r-tabel, maka pernyataan tersebut valid. Berdasarkan perbandingan antara r-hitung dengan r-tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada 4 butir pernyataan

valid dan 1 butir pernyataan tidak valid untuk variabel keputusan pembelian AMDK Aqua (Y) karena r -hitung $>$ harus lebih besar dari $<$ r -tabel.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% maka r -tabel= 0,232. Maka, dapat disimpulkan bahwa ada 9 butir pernyataan valid dan 1 pernyataan dikatakan tidak valid untuk variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) karena r -hitung $>$ harus lebih besar dari $<$ r -tabel. Pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5%. maka r -tabel= 0,232. Maka, dapat disimpulkan bahwa ada 4 butir pernyataan valid dan 1 butir pernyataan tidak valid untuk variabel keputusan pembelian AMDK merek Aqua (Y) karena r -hitung $>$ harus lebih besar dari $<$ r -tabel.

Berdasarkan hasil dari pembahasan di atas, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian AMDK merek Aqua mempengaruhi pembelian responden. Sehingga beberapa responden menjadi pelanggan tetap dari AMDK merek Aqua.

Daftar Rujukan

- [1] Elisia, Popy Nur et.al. Penggunaan Medis Big Book untuk Menumbuhkan Miat Baca Siswa di Sekolah Dasar, *Jurnal Basicedu*, Vol. 5, no 1:449
- [2] Malasari, Putri Nur et.al. 2022. STUDI *EX POST FACTO*: APAKAH KECERDASAN EMOSIONAL BERKONTRIBUSI TERHADAP PRESTASI BELAJAR MATEMATIKA SISWA?, *Factor M*, 2 (4): 123-134.
- [3] Nashiroh, Putri Khoirin et.al. 2020. Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas XI MIPA SMAN 10 Semarang, *Jurnal Pendidikan*, 8(1): 44.
- [4] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cetakan ke-26, 2017
- [5] Widjaja, Marcia Audrey et.al. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAB ULANG KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA*. Jurnal. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta