

## Pengaruh Kemasan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Pada UMKM Foodstalls Semarang

**Kurniasari Rahmawati**

email: [kurniasarirahmawati7@gmail.com](mailto:kurniasarirahmawati7@gmail.com)

**Universitas PGRI Semarang**

### **Abstract**

*This research was motivated by observations at MSME Foodstalls Semarang which stated that MSME Foodstalls Semarang experienced a fluctuating decline in turnover and did not meet the targets that had been designed. It is suspected that the statement was caused by inappropriate product packaging, suboptimal service quality, and low product variations. Purchasing decision is the purchase decision is the end of a consumer process in selecting the product to be purchased so that it can be in accordance with the needs. The purpose of this study was to determine the effect of product packaging, service quality, and product variations partially or simultaneously on donut purchasing decisions at MSME Foodstalls Semarang. This type of research is quantitative with a deductive approach. The technique used in collecting data using a questionnaire technique with a questionnaire method. The population used in this study were consumers of SMEs Foodstalls Semarang, while the sample in this study was 100 respondents, then processed using SPSS. The results of this study indicate that there is a positive influence of product packaging, service quality, and product variations either partially or simultaneously on purchasing decisions.*

**Keywords: Product Packaging, Service Quality, and Product Variation**

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi di UMKM Foodstalls Semarang yang menyatakan bahwa UMKM Foodstalls Semarang mengalami penurunan omset secara fluktuatif dan tidak sesuai target yang sudah dirancang. Diduga pernyataan tersebut disebabkan oleh kemasan produk yang kurang sesuai, kualitas pelayanan yang kurang maksimal, juga variasi produk yang masih sedikit. Keputusan pembelian adalah keputusan pembelian adalah akhir dari sebuah proses konsumen dalam pemilihan produk yang akan dibeli supaya dapat sesuai dengan kebutuhan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemasan produk, kualitas pelayanan, dan variasi produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian donat pada UMKM *Foodstalls* Semarang. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan teknik *kuesioner* dengan metode angket. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM *Foodstalls* Semarang, sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kemasan produk, kualitas pelayanan, dan variasi produk baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kemasan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Variasi Produk**

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari. Perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk melemparkan produknya di pasar dan berusaha menjadi yang terbaik di mata konsumen. Untuk memberikan pengaruh kepada konsumen agar memilih produk yang dijual, pasti membutuhkan kebijakan pemasaran yang tepat dan menguntungkan. Adapun hal penting dalam suatu keputusan pembelian, yakni kemasan produk. Kemasan produk penting karena sebagai salah satu ujung tombak pemasaran. Bukan hanya sekedar wadah atau bungkus, tetapi bagian dari consumer touching point yang mengkomunikasikan positioning dan diferensiasi produk serta mampu menciptakan *impulse buying*.

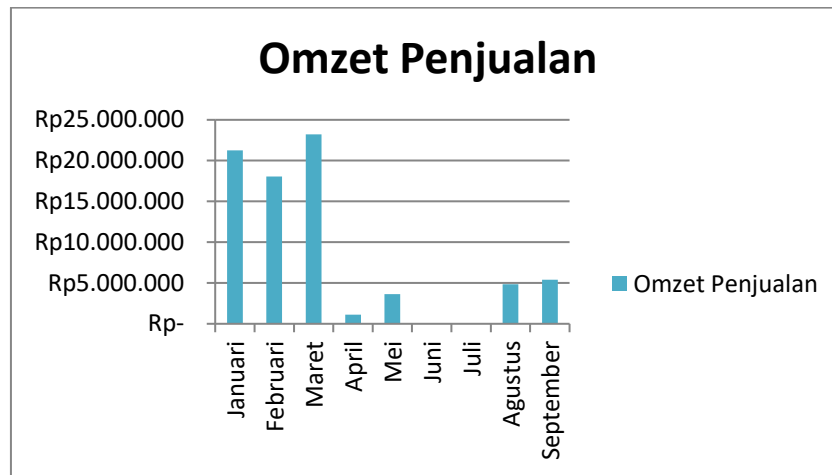
Pada masa sekarang, kemasan merupakan perangkat *marketing* yang potensial. Desain kemasan yang baik dapat menciptakan nilai kenyamanan konsumen dan nilai promosi *produsen*. Selain kemasan terdapat juga kualitas pelayanan yang menjadi sangat penting untuk diperhatikan didalam proses keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan merupakan sikap yang berhubungan dengan keunggulan suatu jasa pelayanan atau pertimbangan konsumen tentang kelebihan suatu perusahaan. Adapun variasi produk ikut berperan penting dalam keputusan pembelian, variasi produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau di konsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Kota Semarang sendiri terkenal dengan berbagai wisata kuliner juga pelaku usahanya. Termasuk salah satunya yakni UMKM *Foodstalls* Semarang yang dibangun sejak tahun 2019 dan beralamatkan di Jalan Raya Kuripan Wonolopo RT 06 RW 01 Mijen Semarang. Produk yang ditawarkan dan dijual UMKM *Foodstalls* Semarang yakni donat. Pemilik UMKM *Foodstalls* memasarkan produknya berdasarkan sistem *online*. Awal mula usaha ini didirikan oleh seorang wiraswasta muda bernama Rizky Anugraheni pada tahun 2019, didirikan dan dipasarkan hanya oleh masyarakat sekita dan rekan-rekan kerja juga kerabat sekitar. Seiring berjalanya waktu usaha donat ini semakin dikenal masyarakat tepatnya di tahun 2020 *Foodstalls* mulai dikenal dan usaha ini mulai berkembang.

Berdasarkan hasil observasi awal oleh peneliti, bahwa kemasan produk yang digunakan UMKM *Foodstalls* belum sesuai standar kemasan yang baik, kemudian kualitas pelayanannya belum maksimal, juga variasi produk yang ditawarkan terhadap konsumen kurang banyak. Hal ini ternyata membuat target yang sudah di tentukan oleh pemilik UMKM *Foodstalls* Semarang tidak sesuai bahkan cenderung mengalami penurunan penjualan secara fluktuatif.

Gambar 1.1

Gambar Grafik Target dan Realisasi Penjualan Donat Foodstalls



Sumber : Laporan penjualan donat Foodstalls bulan November 2020

Berdasarkan data omzet penjualan *Upmart* UPGRIS bulan Januari - September 2020, dapat disimpulkan bahwa bulan Februari 2020 mengalami penurunan sebesar -0,17%, disusul pada bulan Maret perlahan mengalami kenaikan menjadi 0,22%. Selanjutnya, bulan April 2020 anjlok menjadi -19,71%. Bulan Juni-Juli 2020, *Upmart* UPGRIS sementara tutup dikarenakan adanya pandemic *COVID-19*. Bulan September 2020 mengalami kenaikan sebesar 0,10% dibandingkan bulan sebelumnya. Data tersebut menunjukkan adanya volume penjualan yang menurun. Faktor menurunnya omzet penjualan karena adanya pandemic *COVID-19* yang menyebabkan menurunnya jumlah konsumen, faktor lainnya yaitu harga yang kurang bersahabat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan diatas penting untuk dikaji lebih mendalam yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, Kualits Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di *Upmart* UPGRIS”.

Rumusan penelitian 1) Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 3) Apakah harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 4) Apakah variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?. Tujuan penelitian ini untuk menguji apakah variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Upmart* UPGRIS. Manfaat penelitian ini yaitu menambah wawasan dan sebagai bahan evaluasi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian ini yaitu konsumen Upmart UPGRIS. Teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling*, kriteria konsumen pernah berbelanja di Upmart UPGRIS minimal 2 kali. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket. Pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji  $t$  & uji  $F$ ) serta koefisien determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subyek penelitian ini yaitu konsumen Upmart UPGRIS yang sudah pernah berbelanja minimal 2 kali, dengan jumlah 100 konsumen. Data dari hasil penelitian terdiri dari 3 variabel *independent* yaitu Variasi Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Harga Produk ( $X_3$ ), serta variabel *dependent* yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

### **1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan variasi produk nilai  $T$ hitung sebesar 3,792 dengan  $T$ tabel ( $\alpha=5\%$ ,  $df=97$ ) yaitu 1,66071. Nilai  $t$  postif menunjukkan bahwa variabel variasi produk ( $X_1$ ) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Karena  $T$ hitung  $>$   $T$ tabel dan  $Sig. < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh yang positif variasi produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Suwito & Nugroho (2018), yang menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Variasi produk yang beranekaragam dapat meningkatkan kepuasan.

### **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan nilai  $T$ hitung sebesar 11,952 dengan  $T$ tabel ( $\alpha=5\%$ ,  $df=97$ ) yaitu 1,66071. Nilai  $t$  positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Karena  $T$ hitung  $>$   $T$ tabel dan  $Sig. < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS. Hasil berikut selaras dengan Yanuar dkk. (2017), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan indikator yang dapat menentukan kepuasan, karena ketika pelayanan karyawan yang diberikan kepada konsumen itu baik tentu konsumen akan merasa puas.

### **3. Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga produk nilai  $T$ hitung sebesar 29,871 dengan  $T$ tabel ( $\alpha=5\%$ ,  $df=97$ ) yaitu 1,66071. Nilai  $t$  positif menunjukkan bahwa variabel harga produk ( $X_3$ ) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Nilai Signifikansi yang

diproleh sebesar 0,000. Karena  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan  $Sig. < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan harga produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian dari Kadrie & Bambang (2018), yang menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga berperan penting dalam proses suatu transaksi jual beli, terlebih masyarakat kalangan menengah bawah harga sangat berpengaruh dalam menunjang kepuasan.

#### **4. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga, Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart UPGRIS**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 68,046. Dimana untuk nilai  $F_{tabel}$  dengan  $n=100$ ,  $k=3$ ,  $df$  pembilang ( $df_1$ )=2,  $df$  penyebut ( $df_2$ )=97 sehingga diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Nilai sig. pada uji F sebesar 0,000. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $Sig. < \alpha(0.05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variasi produk, kualitas pelayanan dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS.

Besarnya pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai *Adjusted R square* (koefisien determinasi simultan) sebesar 0,670. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh sebesar 67,0 % terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS, sedangkan sisanya 33,0 % variabel lain yang mempengaruhi.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan penelitian ini yaitu variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart UPGRIS. Saran yang ingin diberikan yaitu akan lebih baik Upmart UPGRIS bisa lebih mengembangkan kembali variasi produknya yang mungkin masih kurang lengkap, kualitas pelayanannya yang juga kurang maksimal dan harga produknya lebih bersahabat dengan uang saku mahasiswa sehingga mahasiswa lebih tertarik dan merasa puas ketika berbelanja di Upmart UPGRIS.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kadrie, N. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 7 No.12 Desember*, 1-17.
- Soliha, E. (2008). Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.15 No.2 September*, 128-142.

- Styani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Assalam Beauty Care Kaliwungu Kendal.
- Suwito, A. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Image, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Kareb Bojonegoro. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik Vol. 1 No.1 Januari-Maret*, 110-123.
- Yanuar, M. M. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.3 No.1 Juni* , 61-80.