

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG DARI SISI HARGA DAN KUALITAS PRODUK (STUDI KASUS PADAMAHASISWA IBM ASMI)

Fidya Karina¹, Marisi Pakpahan²

Institut Bisnis Dan Multimedia Asmi

Email : fidyalangga@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang pada Mahasiswa IBM asmi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Institut Bisnis dan Multimedia asmi. Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi sederhana dan berganda, analisis regresi linear sederhana dan berganda, uji hipotesis uji t dan uji f. Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dengan tingkat hubungan korelasi yang sedang antara variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian, walaupun hanya menghasilkan pengaruh yang sedang atau bisa dikatakan cukup memiliki pengaruh. Dikarenakan harga mie Samyang yang mahal serta kualitas rasa pedas mie Samyang yang kurang disukai responden dan bukan menjadi suatu kebutuhan atas terjadinya keputusan pembelian, oleh sebab itu hubungan korelasi antara harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian secara simultan memiliki hubungan yang sedang. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan tingkat hubungan korelasi yang sedang antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION OF SAMYANG NOODLES FROM THE PRICE AND PRODUCT QUALITY SIDE (CASE STUDY ON IBM ASMI STUDENTS)

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of price and product quality on purchasing decisions of Samyang noodles on IBM asmi students. The research method used is the Quantitative Method. Population in this research is all students at IBM asmi. The sampling technique used is a random sampling system, sampling as many as 94 respondents. The data analysis methods used in this study are validation test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), correlation coefficient, coefficient of determination, analysis of multiple linear regression equations, t test and f test. This research shows that there are positive influence with a moderate level of correlation between the variables of price, product quality, and purchasing decisions, although it only produces a moderate effect or can be said to have quite an influence. Because of the expensive price of samyang noodles and the quality of the spicy taste of Samyang noodles which respondents don't like and don't become a necessity for purchasing decisions, therefore correlation between price, product quality, and purchasing decisions simultaneously has a moderate relationship. The conclusion of this research shows that there are positive influence with a moderate level of correlation between the variables of price and product quality, on purchasing decisions of Samyang noodles on IBM asmi students.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan pada dunia bisnis saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan persaingan semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk berkualitas dengan inovasi-inovasi yang kreatif agar bisa bersaing secara baik dengan para pesaingnya dan menjadi yang terbaik dikalangan konsumen. Perusahaan juga harus memahami apa yang diinginkan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan konsumen.

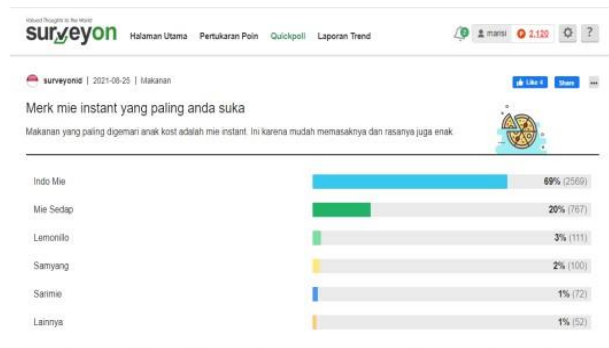
Industri makanan cepat saji merupakan salah satu industri yang berkembang sangat pesat di dunia. Semakin berkembangnya teknologi pada saat ini, sebagian besar masyarakat hanya mempunyai waktu yang singkat untuk menyantap makanan mereka. Dengan keterbatasan waktu tersebut masyarakat lebih memilih makanan cepat saji yang mudah dalam proses memasak maupun memakannya.

Mie instan menjadi salah satu pilihannya. Menurut Wikipedia Mie instan pertama kali dibuat oleh Momofuku Ando tahun 1958, beliau mendirikan perusahaan Nissin yang memproduksi mie instan pertama di dunia yang diberi nama “Chicken Ramen”. Di Indonesia sendiri Mie instan diperkenalkan pertama kali oleh PT Supermie Indonesia berdiri pada tahun 1968 dengan merek Supermie. Setelah empat tahun Indonesia memiliki merek mie instan kedua yang terkenal dan populer hingga saat ini, ialah Indomie yang didirikan pada tahun 1972 oleh Indofood Sukses Makmur.

Pada era modern ini banyak anak muda yang sangat tertarik dengan budaya dari negara Korea, mulai dari Musik, Drama/Film, maupun kuliner khas negeri ginseng tersebut. Banyak sekali makanan khas Korea yang digemari oleh masyarakat Indonesia, salah satu yang sangat populer ialah Mie Instant Samyang. Berawal dari tren video “Samyang Challenge” di Youtube. Video Samyang Challenge Viral di Youtube dikarenakan dalam video tersebut memperlihatkan bagaimana reaksi seorang youtuber menyantap Mie Instant terpedas urutan ketiga di dunia, menurut The Ramen

Rater, ialah seorang youtuber sekaligus reviewer ramen terkenal.

Dikutip dari kumparan.com mie Samyang sebenarnya bukan nama asli dari produk tersebut, melainkan nama aslinya ialah *Buldak Bokkeummyeoun* yang berarti ‘rasa ayam pedas’. Samyang sendiri ialah nama dari perusahaan yang membuat mie instant tersebut, yaitu Samyang Foods Inc. Di Korea Selatan Samyang Foods ialah perusahaan pertama yang memproduksi mie instant pada tahun 1963.



Gambar 1. Survei Merek Mie Instant Yang Paling Disukai

Menurut hasil survei “Merek mie instan yang paling disukai” yang dilakukan oleh surveyonid pada website surveyon.com yang dipublikasikan pada tanggal 25 Agustus 2021 menunjukkan bahwa mie Samyang hanya menghasilkan 2% (100 responden) dari 100% (3.671 responden) total responden yang mengisi survei tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa minat pembelian mie Samyang tidak terlalu banyak jika dibandingkan dengan merek mie instant lainnya seperti Indomie dan Mie Sedap yang mendapatkan nilai tinggi pada survei tersebut.

Harga biasanya menjadi salah satu pertimbangan ketika seseorang ingin membeli produk atau menggunakan suatu jasa dari banyaknya pilihan yang ditawarkan.

Walaupun harga mie Samyang terbilang cukup mahal dibanding dengan harga mie instant yang biasa ditemui di Indonesia seperti Indomie dan Mie Sedap, tetapi karena

keunikannya itulah yang membuat tingkat penjualan mie Samyang cukup fantastis. Tidak seperti mie di Indonesia pada umumnya, mie Samyang memiliki ciri khas dengan menggunakan porsi yang jumbo dan lembaran mie yang tebal serta besar, mie instant ala Korea ini juga bercita rasa super pedas dengan bumbu khas korea dengan varian mie instant goreng yang dikenal dengan sebutan fire noodles.

Keputusan pembelian menurut Peter dan Osmon (2013:163) adalah proses pembauran yang digunakan untuk menyatukan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan berakhir memilih satu di antaranya. Dalam kehidupan manusia tidak pernah lepas dari melakukan kegiatan jual beli. Sebelum terjadi proses pembelian, biasanya konsumen akan membuat keputusan pembelian terlebih dahulu pada suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan manusia yang secara langsung melibatkan pengambilan keputusan untuk konsumen melakukan pembelian pada sebuah produk yang ditawarkan oleh penjual.

Sedangkan pemahaman tentang keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (dalam Indrasari, 2019:70) ialah sebuah proses yang dilakukan oleh seorang konsumen yang terdiri dari lima tahap sebelum sampai kepada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

Pengertian harga menurut Michael J. Etzel (dalam Sunyoto, 2012:130) adalah sebuah nilai dalam mata uang (dolar) atau sebagai medium moneter lainnya yang berfungsi sebagai alat tukar. Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga memiliki hubungan dengan pengertian kegunaan dan nilai. Nilai merupakan ukuran dari jumlah yang terdapat dalam suatu produk apabila produk tersebut ditukarkan dengan produk lainnya. Sedangkan pengertian kegunaan adalah sebuah atribut dari sebuah produk yang memberikan tingkat kepuasan terhadap konsumen. Menurut Kotler (dalam Sunyoto, 2012:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada sebuah produk tertentu. Definisi harga menurut Indrasari (2019:36) adalah sebuah nilai yang dinyatakan dalam

rupiah. Tetapi dalam keadaan lain definisi harga sebagai jumlah yang dibayarkan oleh konsumen.

Harga dalam proses jual beli menjadi bagian terpenting, karena harga merupakan alat tukar yang digunakan di dalam transaksi. Sedangkan definisi harga menurut Fadil dan Priyo (2015:140) adalah jumlah yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual. Dalam sebuah perusahaan terdapat perbedaan cara menetapkan harga. Dalam perusahaan kecil, penetapan harga seringkali dilakukan oleh manajemen puncak. Sedangkan di dalam perusahaan besar, penetapan harga biasanya dilakukan oleh para manajer divisi atau manajer lini produk.

Suatu produk harus memiliki keistimewaan dari produk lainnya baik dari segi kemasan, desain, bentuk, ukuran, pelayanan, garansi, rasa, maupun kualitas agar dapat menarik minat para konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut (Indrasari, 2019:26). Menurut Kotler dan Armstrong (dalam buku Rahmawati, 2016:23) kualitas produk merupakan karakteristik dari produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan dan bersifat laten. Garvin dan A. Dale Timpe juga memiliki pendapat mengenai kualitas yaitu sebagai suatu keunggulan yang ada dalam produk tersebut.

Kualitas produk atau Product Quality adalah kemampuan dari suatu produk untuk menjalankan kegunaannya seperti, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, dan juga atribut bernilai lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Daga, 2017:37) kualitas produk adalah the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need, yang berarti kualitas produk merupakan karakteristik dari sebuah produk dan jasa yang menunjang keahliannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk adalah suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, melihat kualitas dari suatu produk berkaitan dengan kepuasan konsumen, merupakan tujuan dari kegiatan

pemasaran yang dilakukan perusahaan (Daga, 2017:32).

METODE

Jenis penelitian ini dapat digolongkan penelitian kuantitatif. Tempat penelitian dilakukan pada Institut Bisnis dan Multimedia Asmi yang beralamat di Jl. Pacuan Kuda Raya No. 1, RT.1/RW. 5, Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210. Penelitian ini dilakukan dari bulan April - Agustus 2021.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IBM asmi. Teknik sampel yang digunakan yaitu sistem sampling acak dengan pengambilan sampel sebanyak 94 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis persamaan linier berganda, uji t dan uji f. Nilai persamaan regresi linear berganda dan nilai koefisien korelasi berganda, serta hasil uji f menunjukkan hubungan yang sedang, kemudian berpengaruh positif sekalipun memiliki kontribusi yang kecil antara harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa/i IBM Asmi Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi.

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (a / 2 ; n - k - 1) \\ &= (0,1 / 2 ; 94 - 1 - 1) \\ &= (0,05 ; 92) \\ &= 1,665 \end{aligned}$$

Hasil uji t penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah dengan melihat nilai t maupun sig-nya.

Tabel 1. Uji Hipotesis (Uji t) Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1 (Constant)	14,265	3,254		4,384	,000
HAR_TOTAT	,241	,170	,125	1,416	,160
KUA_TOTAT	,627	,102	,541	6,120	,000

a. Dependent Variable: KEP_TOTAL

Guna menemukan hipotesis yang ditolak atau diterima maka nilai t hitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha = 0,1$). Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha = 0,1$) adalah 1,665. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hipotesis 1 :

Secara parsial variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian mie Samyang pada mahasiswa/i IBM asmi karena t hitung (1,416) < t tabel (1,665) serta nilai signifikansinya di atas 0,1. Meskipun hanya menghasilkan kontribusi yang sangat kecil yaitu sebesar 8,1% atau dapat dianggap tidak memiliki pengaruh.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa/i IBM Asmi Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi.

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (a / 2 ; n - k - 1) \\ &= (0,1 / 2 ; 94 - 1 - 1) \end{aligned}$$

$$= (0,05 ; 92)$$

$$= 1,665$$

Hasil uji t penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah dengan melihat nilai t maupun sig-nya.

Tabel 2. Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Coefficients^a

	Unstandar dized Coefficient s	Standar dized Coeffi cients			
ANOVA^a					
Model	Sum of Square s	D f	Mean Squar e	F	Sig.
1 Regressi on	400,93 4	2	200,46 7	24,36 2	,00 0 ^b
Residual	748,81 1	9 1	8,229		
Total	1149,7 45	9 3			

a. Dependent Variable: KEP_TOTAL

b. Predictors: (Constant), KUA_TOTAL, HAR_TOTAL

Model	B	Std. Erro r	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	14,2 65	3,25 4		4,38 4	,00 0
HAR_TO TAL	,241	,170	,125	1,41 6	,16 0
KUA_TO TAL	,627	,102	,541	6,12 0	,00 0

a. Dependent Variable: KEP_TOTAL

Guna menemukan hipotesis yang ditolak atau diterima maka nilai t hitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha = 0,1\%$). Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha = 0,1$) adalah 1,665. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hipotesis 2 :

Secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian mie Samyang pada

mahasiswa IBM asmi karena t hitung (6,129) > t tabel (1,665) serta nilai signifikansinya di bawah 0,1. Meskipun hanya menghasilkan kontribusi yang sedang yaitu sebesar 33,4% atau dapat dikatakan cukup memiliki pengaruh.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Secara Bersamaan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada

Mahasiswa/i IBM Asmi

Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji f)

Uji f atau dikenal dengan uji simultan bertujuan untuk melihat seberapa besar

pengaruh semua variabel bebas (independent) dalam hal ini Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependent) Keputusan Pembelian. Adapun hasil uji f dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel Anova di bawah ini :

$$f \text{ tabel} = f(k ; n - k)$$

$$= f(2 ; 94 - 2)$$

$$= f(2 ; 92)$$

$$= f_{3,10}$$

Tabel 3. Uji Hipotesis (Uji f) Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 24,362. Sementara itu nilai F tabel yang dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 3,10. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai F hitung = 24,362 > dari F tabel = 3,10.

Hipotesis 3

Secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan cukup signifikan terhadap Keputusan Pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM Asmi karena f hitung (24,362) > f tabel (3,10) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05. Meskipun hanya menghasilkan kontribusi yang sedang yaitu sebesar 33,4% atau dapat dikatakan cukup memiliki pengaruh.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang pada Mahasiswa IBM asmi, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi, walaupun hanya menghasilkan pengaruh yang sangat kecil yaitu 8,1% atau dapat dianggap tidak memiliki pengaruh. Hubungan variabel harga dan keputusan pembelian memiliki arah korelasi yang positif dengan tingkat hubungan atau korelasi yang rendah, dikarenakan harga mie Samyang yang mahal dan bukan menjadi suatu kebutuhan atas terjadinya keputusan pembelian, oleh sebab itu hubungan korelasi antara harga dan keputusan pembelian menjadi rendah. (2) Variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi, walaupun hanya menghasilkan pengaruh yang sedang yaitu 33,4% atau bisa dikatakan cukup memiliki pengaruh. Hubungan kualitas produk dan keputusan pembelian mie Samyang memiliki arah korelasi yang positif dengan tingkat hubungan atau korelasi yang sedang, dikarenakan kualitas rasa pedas mie Samyang yang kurang disukai responden dan bukan menjadi suatu kebutuhan atas terjadinya keputusan pembelian, oleh sebab itu hubungan korelasi antara kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang sedang. (3) Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie Samyang pada mahasiswa IBM asmi, walaupun hanya menghasilkan pengaruh yang sedang yaitu 33,4% atau bisa dikatakan cukup memiliki pengaruh. Hubungan harga, kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki arah korelasi yang positif dengan tingkat hubungan atau korelasi yang sedang, dikarenakan harga mie Samyang yang mahal serta kualitas rasa pedas mie Samyang yang kurang disukai responden dan bukan menjadi suatu kebutuhan atas terjadinya keputusan pembelian, oleh sebab itu hubungan korelasi antara harga, kualitas produk, dan keputusan

pembelian secara simultan memiliki hubungan yang sedang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuniah, Putri. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang mengambil Kuliah di Kampus Depok), Jurnal Ekonomi Bisnis, Volume 22 No. 3, 2017.
- Daga, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, Penerbit : Global Research And Consulting Institute, Sulawesi 2017
- Fadil, Zaki dan Priyo Utama. *Teknik Marketing itu Mudah (Perencanaan Marketing Strategis Untuk Mengurus Bisnis)*, Penerbit : Second hope, Yogyakarta 2015
- Ghozali, I. *aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Penerbit : Unitomo Press, Surabaya 2019
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*, penerbit : Erlangga, Jakarta 2019
- Peter, J. Paul dan Osmon, Jerry C. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta 2013
- Rahmawati. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit : Mulawarman University Press, Samarinda 2016
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Penerbit : Alfabeta, Bandung 2017

Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit : CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta 2012

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, *Pemasaran Strategik*, Penerbit : Andi, Yogyakarta 2017

PROFIL SINGKAT

Penulis bernama Fidya Karina, yang lahir di Jakarta pada 14 April 1999. Berkuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi sejak tahun 2017 sampai 2021 dengan jurusan S1 Administrasi Bisnis. Aktivitas yang dilakukan saat ini yaitu sedang bekerja di balai warga RW018 Kelurahan Pegangsaan Dua, Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara sebagai staf Admin.