

# Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada

Andreas Yolanto<sup>1)\*</sup>, Vivin Hanitha<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup> [andreasyolanto7@gmail.com](mailto:andreasyolanto7@gmail.com)

<sup>2)</sup> [vivin.hanitha@gmail.com](mailto:vivin.hanitha@gmail.com)

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;  
Perbaikan September 2022;  
Diterima September 2022;  
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kemasan  
Kualitas Produk  
Harga  
Keputusan Pembelian

## Abstrak

Tujuan meneliti kemasan, kualitas produk dan harga adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dan hubungan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data dengan menggunakan sampel sebanyak 107 responden. metode analisis yang dipakai yaitu metode deskriptif dan menggunakan teknik analisis SPSS versi 20.

hasil analisis yang dilaksanakan dalam penelitian terdapat tidak ada pengaruh antara variabel X1 dengan Y dengan nilai signifikan  $0,083 > 0,05$ , t hitung sebesar  $1,751 >$  nilai t tabel  $1,660$ , X2 dengan Y memiliki pengaruh dengan signifikan  $0,037 < 0,05$ , t hitung sebesar  $2,113 >$  nilai t tabel  $1,660$  dan X3 dengan Y memiliki pengaruh senilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , t hitung sebesar  $4,448 >$  nilai t tabel  $1,660$ . menunjukkan variabel X1 Ho ditolak dan Ha diterima variabel sedangkan variabel X2 dan X3 Ho diterima dan Ha diterima.

Pengaruh keseluruhan variabel X terhadap Y dengan F hitung  $65.563 >$  F tabel  $2.69$  serta signifikan  $0.000 < 0.05$ . Terdapat pengaruh antara kemasan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada. Pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian adalah  $64,6\%$  ditunjukkan oleh Adjusted R<sup>2</sup>, sementara  $35,4\%$  dipengaruhi oleh aspek lain.

## I. PENDAHULUAN

Menjual sebuah produk harus memiliki kemasan yang bisa diterima masyarakat luas. Kemasan produk yang menarik membuat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian ulang dimana konsumen mencapai kepuasan pembelian produk yang dibutuhkan. Kemajuan perusahaan *packaging* di Indonesia membuat persaingan semakin ketat dengan dibantunya pertumbuhan teknologi yang bertambah canggih di era saat ini. Perusahaan *packaging* PT. Grafika Makmur Persada yang berdiri pada tahun 2002 yang bergerak dibidang percetakan kertas dan plastik merupakan suatu perusahaan yang menyediakan kemasan produk sebagai pelindung produk didalamnya seperti makan, sabun, minuman dan bahan kimia, material yang digunakan

membuat kemasan ada dua jenis yaitu biji plastik dan kertas, biji plastik yang diolah menghasilkan kemasan botol dan jerigen sedangkan bahan kertas yang diolah menghasilkan bentuk box makan, box sabun dan sticker, pengolahan tersebut adalah sistem perusahaan *packaging* berproses menciptakan kemasan dan kualitas produk. Dengan produk yang ditawarkan baik itu kemasan, kualitas produk dan harga menentukan ketertarikan konsumen untuk membelinya, kesesuaian produk yang dibuat yang dengan kualitas berapa lama kemasan bisa bertahan. Persaingan yang ada perusahaan dituntut harus memenangkan setiap persaingan maka dari itu perusahaan wajib bisa memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan, kemasan yang menarik, kualitas produk dan harga yang sebanding guna memperkuat keputusan pembelian menjadi membeli.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut (Melati 2020) mengatakan “Manajemen pemasaran merupakan sebuah tujuan aktivitas bisnis dimana kegiatannya mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi serta mengoperasikan aktivitas pemasaran dalam suatu organisasi guna mencapai manfaat bagi produsen dan konsumen”.

### **Kemasan**

Menurut (Kapoor dan Kumar 2019) mengatakan “Kemasan memainkan peran penting sebagai bagian integral dalam pemasaran merek dikalangan anak muda sehingga kemasan merupakan pandangan terakhir dari konsumen yang dapat dipercaya”.

### **Kualitas Produk**

Menurut (Lesmana dan Ayu 2019) mengatakan “Kualitas produk merupakan sejauh mana produk itu menggambarkan ketahanan dan keawetan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, mencerminkan ciri khas tersendiri mampu memenuhi ekspektasi konsumen”.

### **Harga**

Menurut (Hanitha, et al. 2019) mengatakan “Menafsirkan bahwa harga sebagai tarif uang yang ditukar dan untuk membeli produk”.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut (Oscar dan Megantara 2020) mengatakan “Keputusan pembelian sebagai mempengaruhi konsumen untuk mengambil langkah keputusan yang berdampak oleh situasi keuangan dan keputusan untuk membeli produk dengan berbagi pertimbangan”.

## III. METODE.

Peneliti memilih objek yang bertempat dan beralamat yaitu PT. Grafika Makmur Persada yang berada pada Gedung Harkot Lt.1 Blok A2 No.8, Jl. Raya Merdeka No.53, Tangerang, perusahaan yang bergerak dalam bidang *packaging* yang menangani pembuatan sticker, inner box dan botol plastik untuk memenuhi kebutuhan.

### **Jenis data**

Menurut (Pandoyo dan Sofyan 2018,186) mengatakan dua jenis data, yaitu:

Data primer adalah yang dipetik langsung dari objek fenomena dilapangan yang bermula dari sumber wawancara, Observasi dan kuesioner.

Data sekunder adalah data tidak langsung dari objek, sebaliknya bermula dari inti yang pernah diakumulasi, yang berwujud data yang dikumpulkan dengan meninjau inti kajian, inti kutipan yang bersangkutan dengan penelitian.

### **Sumber data**

Menurut (Sugiyono 2017, 220) mengatakan dua sumber data, yaitu :

Data Primer adalah pengelompokan data langsung oleh penulis. Proses ini biasanya dilaksanakan dengan mengumpulkan data yang berbentuk kuesioner, wawancara observasi.

Data Sekunder adalah data dari buku acuan serta sumber yang ada dan bersangkutan dengan variable terkait.

### **Populasi**

Populasi yang akan dijalankan yaitu konsumen PT. Grafika Makmur Persada dan staf dari PT. Grafika Makmur Persada sebanyak 150, karena populasi seluruh orang yang mengetahui dan membeli produk PT. Grafika Makmur Persada.

### **Sampel**

Sampel yang diambil oleh penulis pada penelitian ini PT. Grafika Makmur Persada Untuk menentukan jumlah sampel peneliti mengambil 107 orang yang terdiri dari berbagai macam jabatan yang berbeda.

### **Pengumpulan data**

Kuisoner menurut (Sugiyono 2017, 137) mengatakan “Kuesioner merupakan pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan membagikan sebagian pernyataan atau soal yang dijawab oleh responden”.

Wawancara menurut (Sugiyono 2017, 231) mengatakan “Wawancara merupakan perjumpaan dua orang yang saling bertanya jawab untuk membagi penjelasan informasi dan usulan, sehingga dapat dibangun arti dalam suatu pembahasan pembicaraan tertentu”.

Observasi menurut (Sugiyono 2017, 223) mengatakan “Observasi adalah pengamatan langsung dari sumbernya apa fenomena yang terjadi dilapangan”.

### **Teknik analisis data**

Uji Koefisien Determinasi ( *Adjusted R2*) menurut (Darma 2021) mengatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan tolak ukur dan memperkirakan besarnya dampak dalam menjelaskan variabel yang bersangkutan.

Uji T menurut (Santoso 2019) mengatakan menampilkan besarnya setiap variabel bebas berpengaruh sendiri – sendiri terhadap variabel bersangkutan.

Uji F menurut (Santoso 2019) mengatakan bertujuan memahami besar pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel bersangkutan.

#### IV. HASIL

##### Uji Koefisien Determinasi ( *Adjusted R2* )

**Tabel IV.53**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 <sup>a</sup>	,656	,646	2,87901

Bisa disimpulkan nilai Adjusted R Square senilai 0,646 atau 64,6%, maka besarnya pengaruh kemasan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 64,6% sementara 35,4% dijelaskan oleh aspek lainnya.

##### Uji Hipotesis

- Uji T

**Tabel IV.1**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
		Error			
(Constant)	-,033	3,156		-,010	,992
Kemasan	,228	,130	,195	1,751	,083
Kualitas_Produk	,279	,132	,247	2,113	,037
Harga	,497	,111	,430	4,488	,000

1. Untuk pengaruh variabel kemasan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan  $0,083 > 0,05$ , maka H01 ditolak dan nilai t hitung  $1,751 > t$  tabel 1.660 maka H1 diterima.
2. Untuk pengaruh variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan  $0,037 < 0,05$  maka H02 diterima dan nilai t hitung  $2,113 > t$  tabel 1.660 maka H2 diterima.
3. Untuk pengaruh variabel harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka H03 diterima dan nilai t hitung  $4.488 > t$  tabel 1.660 maka H3 diterima.

- Uji F

**Tabel IV.2**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1630,285	3	543,428	65,563	,000 <sup>a</sup>
Residual	853,734	103	8,289		
Total	2484,019	106			

Bisa dilihat dari tabel hasil nilai F hitung  $65.563 > F$  tabel 2.69 , nilai signifikan  $0,000 <$  dari 0,05. Uji F memperlihatkan kalau variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen.

## V. KESIMPULAN

Bisa dilihat dari hasil uji penelitian dan pembahasan bab IV, berdasarkan hasil uji bisa diambil kesimpulan yaitu:

1. Dari hasil yang sudah diteliti terdapat tidak ada pengaruh signifikan kemasan dengan keputusan pembelian. Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung  $1,751 > t$  tabel 1,660 , taraf signifikan  $0,083 > 0,05$ . Hal ini dibuktikan antara kemasan dengan keputusan pembelian tidak mempunyai pengaruh positif artinya tidak ada hubungan yang kuat
2. Dari hasil yang sudah diteliti ada pengaruh positif antara kualitas produk dengan keputusan Pembelian. Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung  $2,113 > t$  tabel 1,660, taraf signifikan  $0,037 < 0,05$ . yang berarti bertambah kuatnya kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Dari hasil yang sudah diteliti ada pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian . Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung  $4,488 > t$  tabel 1,660, taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , yang berarti semakin bagus harga yang diberi akan mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Dari hasil yang sudah diteliti terdapat pengaruh positif antara Kemasan, kualitas , dan harga terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dari hasil nilai F hitung  $65,563 > F$  tabel 2,69 , nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Besar pengaruh sebesar 64,6% dapat dilihat dari koefisien determinasi, semakin tinggi persentase kemasan, kualitas produk dan harga bisa membuat semakin meningkatnya keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

Darma, Budi. 2021. *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. GUEPEDIA.

- Hanitha, Vivin, Purnama, Marselia, Purnama, Octavianti. 2019. *“Pengaruh Harga Emas, Harga Minyak, Kurs Tengah Bank Indonesia, Dan Suku Bunga Acuan Bank Indonesia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Juli 2020 - Desember 2020.”* 44(12): 2–8.
- Kapoor, Sanjeev dan Kumar Niraj. 2019. *“Does Packaging Influence Purchase Decisions of Food Products.”* A study of young consumers of India. *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Lesmana, Rosa, and Suci Dara Ayu. 2019. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation.”* *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3): 59.
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Oscar, Bheben, dan Hilman Cahya Megantara. 2020. *“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.”* *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10: 1–12.
- Santoso, Singgih. 2019. *Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Pertama. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sofyan dan Pandoyo. 2018. *“Metodologo Penelitian Keuangan Dan Bisnis.”* Yogyakarta: In Media.
- Sugiyono. 2017. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi.”* *Methods*. Bandung: Alfabeta.