

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Beras Rantau Di UD. Putra Sultan

Verdiyanto 1*, Feti Fatimah 2, Haris Hermawan 3

¹Universitas Muhammadiyah Jember

²Universitas Muhammadiyah Jember

³Universitas Muhammadiyah Jember

Email: verdian840@gmail.com

Fetifatimah@unmuhjember.ac.id

harishermawan@unmuhjember.ac.id

Diterima: xxxxxxxxxx | Disetujui: xxxxxxxxxx | Dipublikasikan: xxxxxxxxxx

Pesatnya perkembangan bisnis saat ini semakin dinamis, menyebabkan perusahaan-perusahaan dihadapkan pada kondisi persaingan yang ketat, salah satunya perusahaan yang bergerak dalam penjualan bahan pokok yaitu beras. Banyaknya usaha saat ini yang bermunculan mengakibatkan peningkatan yang cukup tinggi pada jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Sehingga pada UD. Putra Sultan Besuki harus menciptakan strategi yang menarik bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan *packaging* terhadap keputusan pembelian di UD. Putra Sultan Besuki. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada penelitian populasi pada penelitian ini yaitu konsumen UD. Putra Sultan Besuki yang melakukan pembelian lebih dari dua kali. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden. Alat analisis yang menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, harga, dan *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau pada UD. Putra Sultan Besuki.

Abstrak

Kata kunci: Kualitas Produk; Harga; *Packaging*; Keputusan Pembelian

Abstract

The rapid development of today's business is increasingly dynamic, causing companies to be faced with conditions of intense competition, one of which is a company engaged in the sale of basic commodities, namely rice. The number of businesses currently popping up results in a fairly high increase in the number of businesses of a similar nature, causing increasingly fierce competition. So that at UD. Putra Sultan Besuki must create an attractive strategy for consumers. This study aims to test and analyze the effect of product quality, price and packaging on purchasing decisions at UD. Putra Sultan Besuki. The type of research used is quantitative with a descriptive approach. In the research population in this study, namely consumers UD. Putra Sultan Besuki who made purchases more than twice. The sample used was 70 respondents. Analysis tool that uses multiple linear regression. The results of the study prove that product quality, price, and packaging have a positive and significant effect on purchasing decisions for Overseas Rice at UD. Putra Sultan Besuki.

Keywords: *Product Quality; Price; Packaging; Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang terbukti sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani dan menghasilkan pangan seperti beras. Agen selalu memiliki pilihan yang berbeda untuk produk mereka agar berkinerja lebih baik daripada produk lain. Untuk membuat suatu produk lebih kompetitif, kita perlu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan volume penjualan. Setiap produsen harus mampu menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang tepat agar dapat merebut kepercayaan dan loyalitas konsumen. Jika produk yang dijual berkualitas baik dengan harga yang wajar. Diharapkan mampu bersaing dengan kompetitor yang sejenis. Kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi volume penjualan. Pertumbuhan penduduk yang mengarah pada peningkatan permintaan tanaman pangan khususnya beras harus berbanding lurus dengan peningkatan produktivitas padi. Salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas padi adalah dengan menambah luas lahan untuk memenuhi kebutuhan daerah.

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa Jika produksi padi dikonversikan menjadi beras untuk konsumsi pangan penduduk, maka produksi padi sepanjang Januari hingga Desember 2021 setara dengan 5,65 juta ton beras, atau mengalami penurunan sebesar 89,47 ribu ton (1,56 persen) dibandingkan 2020 yang sebesar 5,74 juta ton. Produksi beras tertinggi pada 2021 terjadi pada bulan Maret, yaitu sebesar 1,27 juta ton. Sementara itu, produksi beras terendah terjadi pada bulan Januari, yaitu sebesar 0,17 juta ton. Berbeda dengan tahun 2021, produksi beras tertinggi pada 2020 terjadi pada bulan November. Pada Januari 2022, produksi beras diperkirakan sebanyak 0,16 juta ton beras, dan potensi produksi beras sepanjang Februari hingga November 2022 ialah sebesar 2,59 juta ton. Dengan demikian, potensi produksi beras pada Subround Januari-November 2022 diperkirakan mencapai 2,74 juta ton beras atau mengalami kenaikan sebesar 0,05 juta ton (2,00 persen) dibandingkan dengan produksi beras pada Januari-November 2021 yang sebesar 2,69 juta ton beras.

Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut market share. Packaging harus memiliki strategi yang baik agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kemasan yang menarik dapat memberikan nilai tambah untuk konsumen yang dapat membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Menurut (Armstrong, 2016) arti dari kemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Kemajuan teknologi telah menjadikan kemasan produk tidak hanya menarik bagi konsumen, tetapi juga digunakan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing. Fungsi packaging telah berkembang menjadi alat periklanan yang menjadikan packaging sangat berperan penting dalam membangkitkan minat beli konsumen akan produk tersebut. Pemberian nama pada produk kemasan bertujuan untuk memperoleh citra/persepsi yang positif dari konsumen. Semakin bertambah dan beranekaragamnya produk yang dihasilkan memotivasi perusahaan untuk menciptakan kemasan yang dapat membentuk citra/persepsi yang positif dari konsumen dan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sahir, 2020), (Manoy & Mananeke, 2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini searah dengan penelitian yang dilakukan (Syamsidar & Soliha, 2019), (Lianardi & Chandra, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian (Nasution & Lesmana, 2018), (Noviyanti et al., 2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian, pada penelitian (Prilano et al., 2020), (Fatimah, 2016) sepakat dengan penelitian sebelumnya bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Rischa Juliana et al., 2021) menyatakan bahwa *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini searah dengan penelitian (Hafid, 2022), (Pramudita & Antika, 2021) yang menyatakan bahwa *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada UD. Putra Sultan di Besuki yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pengolahan padi menjadi beras atau penggilingan padi. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Zeinurosi pada tahun 2011 yang berlokasi di Desa Widoro Payung kecamatan Besuki. Pada awalnya UD. Putra Sultan di Desa Widoro Payung kecamatan Besuki merupakan usaha kecil, hanya dengan kapasitas giling 300kg per jam. Namun seiring berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang dan hasil padi dari petani yang tinggi, serta jumlah permintaan beras yang semakin meningkat, maka industri penggilingan padi tersebut diperbesar agar dapat menampung seluruh padi dari para petani. Pada tahun 2015 usaha di UD. Putra Sultan memperbesar kapasitasnya menjadi 1,2 ton per jam, karena setiap tahun permintaan beras semakin meningkat maka pada tahun 2017 perusahaan ini memperbesar lagi kapasitasnya menjadi 3,5 ton per jam dan padi tidak perlu di jemur lagi di karenakan sudah menggunakan dryer/oven padi sehingga dalam waktu satu hari bisa mengeringkan padi 100ton lebih. Jadi padi yang baru datang dari petani tidak perlu lagi di jemur melainkan langsung di dryer/open sehingga padi yg dihasilkan lebih baik dari pada padi yg di jemur. Perbedaan padi yang dijemur sama yang di dryer/open yaitu kalau padi yang di jemur ketikan sudah di giling menjadi beras terdapat batu-batu kecil dan proses penjemuran memakan waktu yang cukup lama belum lagi kalau musim penghujan. Sedangkan kalau memakai dryer/open padi yang baru datang dari petani tanpa perlu dijemur lagi karena sudah ada dryer/open dan tidak memakan waktu yang cukup lama, hasil padi juga tidak ada batu-batu kecil. UD. Putra Sultan Besuki pada dasarnya memiliki beberapa pesaing dan juga harga yang ada cenderung lebih murah dari produk pesaing yang menjual produk serupa.

UD. Putra Sultan Besuki pada lima tahun terakhir trend penurunan penjualan dan fluktuasi setiap tahunnya, pada tahun 2018 terjual beras sebanyak 5.400 ton dan pada tahun 2021 terjual beras sebanyak 3.600 ton, hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak menetap membeli produk beras di UD. Putra Sultan sehingga lebih memilih melakukan pembelian di perusahaan yang lain. Hal ini di akibatkan karena beras yang ada di UD. Putra Sultan masih terdapat beras yang patah-patah dan juga masih terdapat batu-batu kecil yang terdapat di beras tersebut. dengan kualitas produk beras yang dihasilkan dapat mempengaruhi harga yang diberikan terhadap konsumen. Namun dari segi *packaging* produk UD. Putra Sultan kurang menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kemasan yang ada di UD. Putra Sultan masih menggunakan plastik, dimana ini bertujuan supaya pembeli dapat melihat langsung dan mengetahui kualitas produk beras yang ada di UD. Putra Sultan. *Packaging* yang ada masih kalah dengan pesaing, dimana pesaing yang ada sudah menggunakan bahan yang lebih bagus dari bahan yang digunakan di UD. Putra Sultan. Perlunya meningkatkan kualitas produk, harga dan *packaging* untuk menarik minat beli konsumen agar dapat meningkatkan penjualan beras yang ada di UD. Putra Sultan. Berdasarkan fenomena yang terjadi maka peneliti ingin menguji dan menganalisa tentang kualitas produk, harga dan *packaging* yang ada di UD. Putra Sultan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, serta suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat peneliti untuk memecahkan masalah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan diskriptif dengan menggunakan metode survei ke konsumen. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada keputusan pembelian beras rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian pustaka dan penelitian lapangan.

Penelitian pustaka diperoleh dengan membaca jurnal, ataupun buku yang ada kaitannya dengan masalah penelitian, sedangkan penelitian lapangan diperoleh dengan cara terjun langsung kelapangan melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner. Untuk selanjutnya menentukan rumusan masalah, kemudian mengumpulkan data dan menganalisis data yang diperoleh agar dapat ditarik kesimpulan terkait masalah yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli minimal 2 kali pembelian di UD. Putra Sultan Besuki, dengan jumlah sampel 70 orang dan menggunakan purposive sampling. alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

HASIL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	R tabel 5% (70)	R Hitung	Signifikansi	Keterangan
Kualitas produk (X1)				
X1.1	0,232	0,849	0,000	Valid
X1.2	0,232	0,853	0,000	Valid
X1.3	0,232	0,855	0,000	Valid
X1.4	0,232	0,858	0,000	Valid
X1.5	0,232	0,800	0,000	Valid
Harga (X2)				
X2.1	0,232	0,904	0,000	Valid
X2.2	0,232	0,885	0,000	Valid
X2.3	0,232	0,900	0,000	Valid
Packaging (X3)				
X3.1	0,232	0,886	0,000	Valid
X3.2	0,232	0,864	0,000	Valid
X3.3	0,232	0,885	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
Y1.1	0,232	0,883	0,000	Valid
Y1.2	0,232	0,874	0,000	Valid
Y1.3	0,232	0,914	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, November 2022

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh variabel adalah valid, karena nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,232 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,60	0,815	Reabilitas diterima
Harga (X2)	0,60	0,861	Reabilitas diterima
Packaging (X3)	0,60	0,856	Reabilitas diterima
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,860	Reabilitas diterima

Sumber: Data Primer diolah, November 2022.

Pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa dari hasil SPSS semua variabel hasil dari uji reabilitas menunjukkan jumlah nilai lebih dari 0,60 maka dikatakan reliabel atau konsisten. Hal ini sesuai dengan pernyataan penelitian terdahulu, jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.043	.535		3.817	0.000
	Kualitas Produk	0.218	.069	.378	3.166	0.002
	Harga	0.223	.089	.264	2.503	0.015
	Packaging	0.291	.110	.317	2.638	0.010

Sumber: Data Primer yang diolah, November 2022.

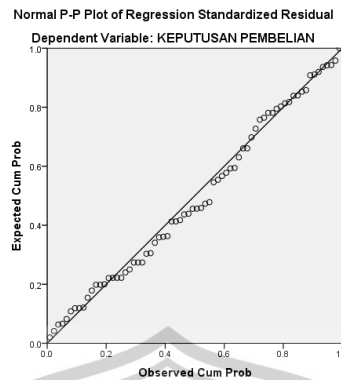
Berdasarkan tabel 3 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,043 + 0,218X_1 + 0,223X_2 + 0,291X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = Kostanta Sebesar 2,043 menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan *packaging* dinilai konstan, maka keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki memiliki hubungan positif sebesar 2,043. Variabel kualitas produk (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai 0,218. Artinya setiap penambahan variabel kualitas produk sebesar 1, maka kualitas produk pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki akan mengalami peningkatan sebesar 0,218. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Variabel harga (X2) memiliki arah koefisien positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai 0,223. Artinya setiap penambahan variabel harga sebesar 1, maka harga pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki akan mengalami peningkatan sebesar 0,223. Hal ini membuktikan bahwa harga memiliki hubungan positif terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Variabel *packaging* (X3) memiliki arah koefisien positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai 0,291. Artinya setiap penambahan variabel *packaging* sebesar 1, maka *packaging* pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki akan mengalami peningkatan sebesar 0,291. Hal ini membuktikan bahwa *packaging* memiliki

hubungan positif terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas.

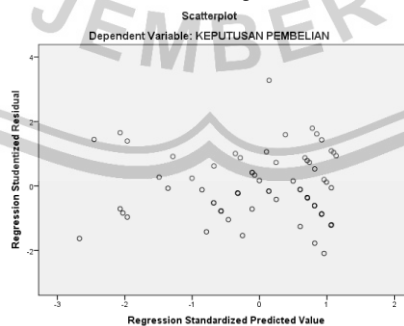
Dari gambar 1 dapat dijabarkan bahwa Standardized Residual dependent variabel Y. Pada garis tersebut menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal maka pada gambar grafik tersebut dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.160	6.236	Tidak Ada Multikolonieritas
Harga (X2)	0.206	4.865	Tidak Ada Multikolonieritas
Packaging (X3)	0.159	6.304	Tidak Ada Multikolonieritas

Sumber: Data primer Diolah yang diolah, November 2022.

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Sedangkan menurut Ghozali (2013) nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance kurang dari 10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,1. Kesimpulannya adalah bahwa tidak terjadi multikolonieritas.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y secara acak. Dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Ghozali (2013) apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikasi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	3.166	0.002	Signifikan
Harga (X2)	2.503	0.015	Signifikan
Packaging (X3)	2.638	0.010	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah, November 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil uji t dapat dijelaskan yaitu

Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3.166 dari variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.503 dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.638 dari variabel *packaging* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki.

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi Berganda R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.921 ^a	0.849	0.842	0.88856	1.820

Sumber: Data Primer yang diolah, November 2022

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada tabel 6 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,842, hal ini berarti 84,2% perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, dan *packaging* sedangkan sisanya sebesar 15,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama yang telah dipaparkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3.166 dari variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Kualitas produk yang diterapkan oleh Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki pertama kinerja (*Performances*), kualitas kinerja yang dimiliki karyawan UD. Putra Sultan Besuki dalam mengolah padi menjadi beras yang siap konsumsi sangat baik. Kedua fitur (*features*), UD. Putra Sultan Besuki sudah memiliki fitur modern. Dalam artian UD. Putra Sultan sudah memiliki open, alat ini digunakan pada saat padi datang bisa langsung di masukan ke open tanpa menjemur lagi padi tersebut. Sehingga pekerjaan atau proses saat mengola padi menjadi beras tidak memakan waktu yang lama dan hasil beras juga memiliki kualitas yang terjamin. Ketiga keterandalan (*Reliability*), karyawan UD. Putra Sultan Besuki memiliki kehandalan dalam melakukan pekerjaannya, sehingga proses produksi beras menjadi optimal. Keempat daya tahan (*Durability*), produksi beras yang

dihasilkan UD. Putra Sultan Besuki memiliki daya tahan yang cukup lama dikarenakan proses produksi beras memiliki kualitas yang baik. Dan kelima estetika (*Aesthetics*), pada desain bungkus/*packaging* produk beras UD. Putra Sultan Besuki memiliki unsur keindahan agar menarik minat konsumen untuk membeli dan sebagai sarana untuk promosi.

Hipotesis kedua yang telah dipaparkan bahwa harga berpengaruh signifikan keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.503 dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Harga yang diterapkan oleh Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki yaitu pertama keterjangkauan harga, harga yang diberikan UD. Putra Sultan Besuki terhadap produk yang dihasilkannya dapat dijangkau oleh para konsumen. Keterjangkauan harga yang diberikan tentunya akan menjadi daya tarik untuk konsumen membeli beras UD. Putra Sultan Besuki. Kedua daya saing harga, dengan kualitas produk yang dihasilkan serta harga yang memiliki keterjangkauan akan memiliki daya saing dengan produk yang serupa. Hal ini UD. Putra Sultan Besuki memiliki daya saing yang kuat dengan produk yang sejenis. Dan ketiga harga mempengaruhi daya beli konsumen, UD. Putra Sultan Besuki memiliki harga yang ekonomis dan produk dengan kualitas yang baik, sehingga dapat mempengaruhi daya beli konsumen untuk melakukan pembelian di UD. Putra Sultan. Besuki.

Hipotesis ketiga yang telah dipaparkan bahwa *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.638 dari variabel *packaging* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. *Packaging* yang diterapkan Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki yaitu pertama desain kemasan, UD. Putra Sultan Besuki memiliki desain kemasan yang menarik dan dapat menjaga kualitas beras yang dihasilkan. Desain kemasan juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi UD. Putra Sultan Besuki. Kedua kemasan yang praktis, Kemasan yang produk beras UD. Putra Sultan Besuki memiliki kesan yang simpel dan praktik untuk dibawa. dan ketiga logo dan label, merek yang dimiliki UD. Putra Sultan Besuki memiliki logo dan label yang menarik dan logo dan label berisikan informasi yang lengkap. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Pramudita & Antika, 2021) hasil penelitian ini bisa disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel persepsi harga, kualitas produk dan kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari (Rischa Juliana et al., 2021) dan (Hafid, 2022) juga menunjukkan bahwa variabel kemasan produk secara simultan memiliki pengaruh kuat dan searah terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman ringan.

KESIMPULAN

Dari data yang didapat dan dianalisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam meningkatkan kualitas produknya, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan

pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Harga dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam menetapkan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. *Packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam mengemas atau mendesain produk beras, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki.

Saran yang dapat diberikan peneliti yaitu Beras Rantau disarankan dapat mengoptimalkan lagi dari segi kualitas produk, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan keputusan konsumen dalam membeli produk. Beras Rantau disarankan dapat memberikan harga yang lebih efektif terhadap masyarakat sehingga harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Beras Rantau disarankan dapat meningkatkan produk dari segi *packaging*, agar lebih mudah dibawa oleh konsumen dan sesuai dengan kebutuhan. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan lebih memperluas pada sampel yang akan digunakan, agar hasil yang temuan penelitiannya lebih tepat pada sasarannya. Dan saran kedua lebih mengembangkann variabel dengan menambahkan variabel bauran promosi dan *marketing mix*, agar pemahaman akan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian semakin baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Fatimah, F. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sebuah Ritel Di Desa Balung Lor Balung-Jember. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper*, 15(2), 1–23.
- Hafid, A. (2022). *Pengaruh Cita Rasa , Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Keluarahan Sudian Raya Kota Makassar*. 1(2), 1–9.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58.
- Manoy, T. I., & Mananeke, L. (2021). the Influence of Product Quality and Service Quality Toward Purchase Decisions At Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Pramudita, R. A., & Antika, R. W. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral. *IQTISHADequity Jurnal*

- MANAJEMEN, 3(2), 290. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.939>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2021). Pengaruh Kemasan & Harga Terhadap Keputusan Pembelian minuman coffeedicafecyclo Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 185–193.
- Sahir, S. H. (2020). *Kreasi Bersama Medan Oleh : The Influence Of Promotion And Quality Of Products Against Product Purchase Decision On Cv Multi Kreasi Pendahuluan Assauri menyatakan bahwa kualitas produk merupakan yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan*. 10(2).
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, Vol.26(2), 146–154.

