

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen Di Apotik Nurani Telukdalam

Alwinda Manao¹, Samanoi H. Fau², dan Pianuria Gowasa³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan seluruh populasi dan sampel yang berjumlah 38 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata Kunci: Kualitas Produk Dan Perilaku Konsumen

PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha dagang saat ini semakin berkembang sehingga memacu para pengelola usaha untuk dapat berpikir secara kreatif, agar selalu memberikan keberhasilan, serta keunggulan bagi usahanya dibandingkan dengan para pesaingnya. Untuk meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut usaha dagang untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan untuk menentukan perilaku konsumen pada pengambilan keputusan pembelian. Pengusaha bukan hanya mempersiapkan produk-produk yang relevan, melainkan juga memperhatikan bagaimana perilaku konsumen pada suatu barang yang akan dikosumsi, sehingga mudah bagi usaha dagang memperoleh konsumen yang akan membutuhkannya. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pengusaha dalam menjalankan semua aktifitas ataupun kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Kualitas produk merupakan sebagai hal penting yang harus diusahakan oleh setiap dagang jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga

¹ Dosen Tetap STIE Nias Selatan, alwinda@gmail.com

² Dosen Tetap STIE Nias Selatan, samanoifau@gmail.com

³ Alumni Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (pianuria@gmail.com)

yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu. Selain itu, produk yang dijual harus mencerminkan kualitas yang baik. Hal tersebut agar tujuan pedagang dalam meningkatkan volume penjualannya dapat tercapai sesuai yang diinginkan yang mana produk yang dijual dan yang dapat diterima sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen. Karena produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran, keberhasilan suatu pedagang dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen. Salah satu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu bentuk produk dan kemasan produk. Hal ini dapat mempengaruhi juga pada perilaku konsumen dalam membeli suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Tujuan perilaku konsumen ini adalah untuk membentuk sikap konsumen dalam mengambil keputusan konsumen di suatu produk. Maka untuk meningkatkan perilaku konsumen dalam membeli produk tersebut pedagang perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Salah satu perilaku konsumen yang sangat berpengaruh dalam kegiatan ekonomi adalah keputusan pembelian, karena tujuan dari sebuah kegiatan ekonomi mulai dari produksi hingga pemasaran bertujuan agar konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Namun sebelum seorang konsumen melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi produk tersebut, dan faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam konsumen sendiri maupun luar konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di Apotik Nurani Telukdalam bahwa perilaku konsumen dalam membeli barang di apotik Nurani masih belum meningkat secara maksimal, oleh sebab pada harga barang yang masih ada perbedaan dengan Apotik lain, karena faktor dari belanja Apotik Nurani yang kurang stabil, masih sebgaiain karyawan yang belum mampu memahami fungsi atau kegunaan barang yang akan di pasarkan, sehingga masih ada konsumen yang mengeluh atas kurangnya kelengkapan obat-obatan, dan masih ada produk yang jangka konsumsi sudah mendekati batas penggunaanya, turunya pendapatan Apotik karena kurangnya konsumen yang membeli.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka muncul keinginan penulis untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **“pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen Apotik Nurani Telukdalam.”** Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

adakah pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen Apotik Nurani Telukdalam atau tidak? Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen Apotik Nurani Telukdalam.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep Kualitas Produk

Kualitas produk pada hakekatnya suatu hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001:1) “kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikosumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.” Menurut Perreault (2003:107) “kualitas produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.” Selanjutnya, Gasperz (dalam jurnal 2005:4) “kualitas produk adalah sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan keinginan atau kebutuhan pelanggan.”

Konsep Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan secara langsung. Menurut Engel (1994:49) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen “sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkosumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan tersebut.” Selanjutnya, Umar (2005:50) perilaku konsumen adalah “jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian.” Selanjutnya, menurut Kottler (2001:14) perilaku konsumen “suatu tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencairan untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka.”

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen

Kualitas produk hakekatnya sebagai hal penting yang harus diusahakan oleh setiap dagang jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler (2008) tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kualitas produk, desain adalah bentuk, simbol atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dan seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Indikator kualitas produk tersebut merupakan tolok ukur pada perilaku konsumen atas pembelian produk secara maksimal.

Selanjutnya, menurut Manyroe (2001) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen apabila konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara 1. harga dan 2. kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan yang lainnya dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Namun, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi perilaku konsumen dimana yang menjadi tolok ukurnya merupakan salah satu desain barang, dan serta daya tahan produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dapat di peroleh melalui menyebarkan kuesioner kepada konsumen di Apotik Nurani Telukdalam. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana. Dan selanjutnya alat yang digunakan dalam pengujian instrumen penelitian ini adalah menggunakan rumus *product moment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat menganalisis bahwa variabel kualitas produk (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen (Y) di Apotik Nurani Telukdalam dimana pada nilai t_{hitung} sebesar 4,573 $>$ t_{tabel} sebesar 1.688 (lampiran 8). Selanjutnya, kualitas produk mampu menjelaskan variabel perilaku konsumen 36,8%, sedangkan 62,2% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dilihat model regresi linier sederhana di bawah ini.

$$Y = 29,201 + 0,602X$$

Inteprestasikan hasil persamaan regresi linier berganda dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (b_0) = 29,201 menunjukkan nilai signifikan bahwa jika kualitas produk = 0, maka perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam akan sebesar 29,201.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (b_1) = 0,602 menunjukkan pengaruh signifikan anantara kualitas produk terhadap perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam, hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Apotik Nurani Telukdalam akan semakin meningkat perilaku konsumen. Dengan kata lain jika variabel

kualitas produk naik 1 maka perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam juga akan naik 0.602 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen di Apotik Nurani Telukdalam. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 4,574 dengan tingkat signifikan sebesar ,000. Sementara nilai t_{tabel} pada *alfa* 0,05 dengan *degree of freedom* (df) $n-k-1$ $38-1-1$ = 35 sebesar 1,688 (lampiran 8). Maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya kualitas produk (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen (Y) di Apotik Nurani Kabupaten Nias Selatan.
2. Berdasarkan nilai R^2 sebesar ,368 yang artinya variabel kualitas produk mampu menjelaskan variabel perilaku konsumen 36,8%, sedangkan 62,2% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong. 2001 *Dasar-Dasar Mananjemen Pemasaran* Edisi Sembilan Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Agus. 2006. *Pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen pada UD. Prima Toserba Yogya Indramayu.*
- Engel. *Manajemen Bisnis*. Cetakan kesatu juli. Diterbitkan olh PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Fauzi. 2009. *Pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen di Market Mini Sulawesi.*
- Johan. 2001. *Pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen di UD. Damai.*
- Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Manyroe. 2001. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Perilaku Konsumen Sabun Sunlight Cair Pada Konsumen Rumah Tangga Di Kelurahan Helvetia Tengah Medan”.
- Perreault. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Umar. 2005. *Perilaku Konsumen*, jilid 2, Edisi kelima