

ANTESEDEN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEPOT JAMU ANEKA SEHAT KARANGANYAR

Jun Rahmat Akbar¹⁾, Ida Aryati DPW, SE, MH, M.Si²⁾,

Rochmi Widayanti, SE. M.Si³⁾

Islam Batik University of Surakarta Indonesia

junrahmata@gmail.com

Abstract: *Research to find out and describe the analysis of product quality, brand image, and trust buying decision at Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar. Multiple linear regression is used to process data in research. F test results showed that the variables of product quality, brand image, and trust simultaneously and significantly affected buying decision decision at Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar. This is evidenced by the results of the F test that is $f_{count} 26,02 > f_{table} 2,47$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. T test results showed that product quality $0,034 < 0,05$ brand image $0,012 < 0,05$ trust $0,009 < 0,05$ positive and significant effect on Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar.*

Keyword: *Product Quality, Brand Image, Trust, Buying Decision*

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian juga pembeli membeli secara merupakan sebuah tindakan rasional seperti harganya. yang dilakukan konsumen untuk Di dalam menjalankan membeli suatu produk. Pada suatu bisnis, produk maupun jasa dasarnya keputusan pembelian yang dijual harus memiliki sangat dipengaruhi oleh motif motif kualitas yang baik atau sesuai dengan pembelian dimana bisa karena harga yang ditawarkan. Dengan pembeli melaksanakan pembelian kualitas produk yang baik akan hanya pertimbangan secara terpenuhinya keinginan dan kebutuhan emosional, seperti bangga, sugesti, konsumen akan suatu produk. Persepsi konsumen yang positif dan sebagainya. Tetapi terhadap kualitas produk akan

Rochmi Widayanti

berdampak pada pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Brand image merupakan prioritas penting dalam benak konsumen karena menjadi acuan sebelum melakukan keputusan pembelian. Melalui *brand image* yang baik atau positif dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen, dimana akan menimbulkan nilai lebih pada saat melakukan suatu pembelian atau menggunakan suatu merek tertentu. Jika suatu merek memiliki citra (*image*) yang buruk pada konsumen, kemungkinan besar konsumen tidak tertarik membeli atau menggunakan merek tersebut.

Suatu transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai

transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.

Depot Jamu Aneka Sehat merupakan toko jamu tradisional yang mempunyai berbagai varian jamu lengkap dengan berbagai khasiatnya. Depot Jamu Aneka Sehat berdiri sejak 2003 yang beralamatkan Jl. Jend. Gatot Subroto Nglano, Nglanden Wetan, Ngijo, Kec. Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57721. Kecenderungan masyarakat untuk kembali ke alam dalam memelihara kesehatan tubuh dengan memanfaatkan obat bahan alami yang tersedia melimpah menjadikan jamu sebagai alternatif utama untuk dikonsumsi. Banyak manfaat yang diperoleh dengan mengkonsumsi jamu antara lain: mencegah penyakit, meningkatkan kecantikan wanita serta menjaga kelangsingan tubuh. Kebiasaan minum jamu bukanlah hal asing bagi masyarakat Indonesia khususnya Jawa dan Madura.

Perlu diketahui meskipun jamu adalah bahan alami namun didalamnya juga mengandung bahan kimia walaupun bahan kimia dalam jamu formulasinya tidak sekeras bahan kimia dalam obat. Produsen jamu seringkali menjual jamu yang kurang berkualitas, misalnya menjual jamu yang tidak disertai batas kadaluwarsa. Beredarnya jamu dan obat-obatan yang tidak terdaftar di Badan Pengawasan Obat dan Makanan akan merugikan konsumen. Secara ekonomi, beredarnya obat-obatan seperti itu akan merusak citra merek (*brandimage*) obat tradisional. Citra yang rusak akan memukul produksi dan pemasaran obat-obatan tradisional serta mengurangi kepercayaan masyarakat akan sehatnya mengkonsumsi jamu atau obat tradisional.

Dari uraian diatas, maka perumusan masalah yaitu. 1. Apakah kualitas produk, *brand image*, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar? 2.

Apakah kualitas produk berpengaruh

terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar? 3. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar? 4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar?

LANDASAN TEORI

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang akan menentukan dibeli atau tidaknya pembelian tersebut yang diawali dengan kesadaran atas pemenuhan atau keinginan.

Kualitas Produk

Kualitas produk didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Di dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik atau

sesuai dengan harga yang ditawarkan. Dengan kualitas produk yang baik akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk.

Brand Image

Brand image merupakan sejumlah pengalaman dan pengetahuan mengenai suatu produk atau jasa yang tersimpan dalam pikiran konsumen yang pada akhirnya akan dipersepsikan melalui pandangan positif atau negatif terhadap produk atau jasa tersebut.

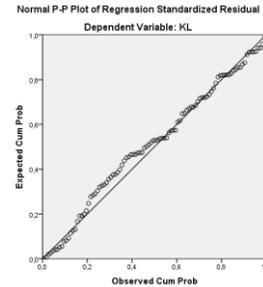
Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. akan timbul pada benak konsumen apabila produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan konsumen pada suatu produk.

Hasil Dan Pembahasan

1. Analisis Data

a. Uji Normalitas



Berdasarkan grafik normal plot diatas, menunjukkan bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas .

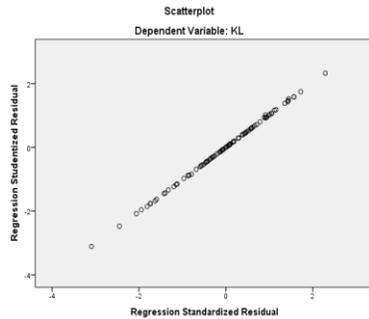
b. Uji Multikolinearitas

Model	Colinarity Tolerance	Statistics VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,546	1,830	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Brand Image</i>	0,558	1,793	Tidak terjadi multikolineritas
Kepercayaan	0,446	2,243	Tidak terjadi multikolineritas

Berdasarkan hasil perhitungan pada table di atas , di peroleh nilai tolerance variabel *Brand image* 0,558 nilai tolerance variabel kepercayaan .446 dan nilai tolerance variabel kualitas 0,546, yang semuanya > 0,10. Nilai VIF

untuk variabel brand image 1,793, nilai VIF variabel kepercayaan 2,243 dan nilai VIF variabel kualitas produk 1,830 yang semuanya < 10 jadi model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan antara Kualitas

produk, Brand image Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar. Berdasarkan hasil program spss versi 21 diperoleh data sebagai berikut :

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,576	1,409
	BI	,275	,107
	KP	,223	,103
	KPP	,272	,103

Bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka persamaan regresi linier berganda ialah :

$$Y = 2,576 + 0,223 X_1 + 0,275 X_2 + 0,272 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

α = Nilai konstanta (a) sebesar 2.576 artinya apabila variabel independen yaitu Kualitas produk, Brand image, Kepercayaan nilainya adalah 0 (nol) maka variabel keputusan

pembelian (Y) akan berada pada angka 2.576.

b1= Koefisien variabel Kualitas Produk (b_1) dari perhitungan regresi linear berganda coefficients (b) = 0,223 Hal ini menunjukkan apabila Kualitas produk naik satuan, sementara variabel *Brand image* dan Kepercayaan (nol), maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,223.

b2= Koefisien variabel *Brand image*(b_2) dari perhitungan regresi linear berganda nilai coefficients (b) = 0,275. Hal ini menunjukkan apabila *Brand image* naik satu satuan konstan (nol), sementara variabel Kualitas produk dan keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,275.

b3= Koefisien variabel Kepercayaan (b_3) dari perhitungan regresi linear berganda nilai coefficients (b) = 0,272 . Hal ini ,menunjukkan apabila Kepercayaan naik satu satuan , sementara variabel

Kualitas produk dan *Brand image* konstan (nol), maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,272.

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh Kualitas produk (X1), *Brand Image* (X2), Kepercayaan (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji F dapat di lihat dari hasil analisis data sebagai berikut :

Model	F	Graduating students	Change
Regression	26.021	.000 ^b	
1 Residual Total			H ₀ di tolak, Ha diterima

Berdasarkan hasil analisis uji F dengan program Spss versi 21, diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 26,021 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, *brand image*, dan kepercayaan terhadap

keputusan pembelian di Depo Jamu Aneka Sehat Karanganyar.

b. Uji t

Uji t di gunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen memiliki daya pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat di lihat dari ahsil analisis data sebagai berikut:

Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,828	,071		
	BI	2,569	,012	,558	1,793
	KP	2,156	,034	,446	2,243
	KPP	2,654	,009	,546	1,830

- 1) Variabel diperoleh nilai t_{hitung} (2,156) > t_{tabel} (1,98) maka H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar.
- 2) Variabel diperoleh nilai t_{hitung} (2,569) > t_{tabel} (1,98), maka H_0 ditolak. Berarti terdapat

pengaruh yang signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar.

- 3) Variabel diperoleh nilai t_{hitung} (2,654) > t_{tabel} (1,98), maka H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka Sehat Karanganyar.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
670. ^a	.448 ^a	.531 ^a

Berdasarkan uji koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa variabilitas varibel produktivitas kerja dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, *brand image*, dan kepercayaan memberikan sumbangan positif sebesar 0,531 atau 53%. Sedangkan sisanya sebesar 0,469 atau 46% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (bersama-sama) dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (26,021) \geq F_{tabel} (2,47)$ artinya, kualitas produk, brand image, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka sehat Karanganyar.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel kualitas produk, maka diketahui $t_{hitung} (2,156) > t_{tabel} (1,98)$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka sehat Karanganyar.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel *brand image*, maka diketahui $t_{hitung} (2,569) > t_{tabel} (1,98)$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka sehat Karanganyar.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel kepercayaan, maka diketahui $t_{hitung} (2,654) > t_{tabel} (1,98)$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Depot Jamu Aneka sehat Karanganyar.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan pengujian yang telah dilakukan maka dapat diketahui kesimpulan :

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Brand image*, Kepercayaan dan kualitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jamu Aneka Sehat Karanganyar.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa :
 - a. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Pembelian Jamu Aneka Sehat Karanganyar.

kerahaman serta kebersihan toko jamu.

- b. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jamu Aneka Sehat Karanganyar.
- c. Keperayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Jamu Aneka Sehat Karanganyar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, peneliti menyarankan beberapa saran antara lain :

1. Sebaiknya Jamu Aneka Sehat tetap menjaga kualitasnya, agar pelanggan tidak berpaling ke tempat lain.
2. Sebaiknya Jamu Aneka Sehat mampu menjaga brand image jamu agar tidak bisa di plagiasi dengan oknum lain agar tidak tersaingi dan mampu menjadi leader di pasaran.
3. Sebaiknya Jamu Aneka Sehat selalu menjaga kepercayaan para pelanggan dengan