

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU  
KONSUMEN MASYARAKAT KAMPUNG SUKOMULYO RT 003  
DALAM PEMBELIAN TAHU SRI REJEKI DI KECAMATAN LONG  
IRAM KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA TAHUN 2019**

**Rita Handayani, Muhammad Tommy Fimi Putra**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Kampung Sukomulyo Rt.003 dalam Pembelian Tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019, Setelah dilakukan perhitungan diperoleh persamaan regresi linear sederhana. Berdasarkan tabel interpretasi nilai korelasi berada diantara 0,400 sampai dengan 0,600 termasuk kategori pengaruh yang sedang, ini berarti bahwa ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Kampung Sukomulyo Rt.003 dalam Pembelian Tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019 mempunyai hubungan yang sedang. Selanjutnya dilakukan tahap pengujian berikutnya menggunakan uji t-tes, yang diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,826, kemudian dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  untuk kesalahan 5% uji dua pihak dimana  $dk=n-2$  ( $40-2=38$ ) di dapat nilai sebesar 1,685, ini berarti bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo Rt.003 dalam Pembelian Tahu Sri Rejeki di kecamatan Long Iram Tahun 2019.

Kata Kunci : Kualitas, Produk, Konsumen

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin modern sekarang ini, juga pasti disertai dengan pertumbuhan ekonomi pada masyarakat. Semakin bertumbuh kembangnya perekonomian membuat kebutuhan masyarakat juga meningkat. Untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat akan bersaing demi mendapatkan kepuasan atas produk yang di jual oleh produsen.

Perkembangan perekonomian Indonesia ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan *home industry* yang berupaya memproduksi produk dengan kualitas tinggi demi memuaskan pelanggannya. Perusahaan akan memasarkan produk yang diciptakan untuk tetap bisa bertahan dan bersaing dengan produk lainnya.

Kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk yang berkembang di masyarakat. Kualitas Produk dapat diartikan sebagai kesesuaian atau kepuasan konsumen atas suatu produk yang mencukupi pesyaratan atau keinginan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada suatu *home industry* suatu produk makanan menjaga kualitas rasa dan kemasan sangat di perlukan agar memenuhi kepuasan konsumen yang membelinya. Seperti halnya *home industry* yang ada di kampung Sukomulyo yang memproduksi tahu. Di kampung Sukomulyo sendiri ada tiga *home industry* yang bergerak dalam bidang yang sama dan sudah memiliki nama salah satunya yaitu “Tahu Sri Rejeki”.

Tempat Tahu Sri Rejeki sendiri sangat mudah dijangkau masyarakat, dan juga menjadi salah satu Tahu yang banyak diminati. Walaupun Tahu Sri Rejeki memiliki ciri khas tersendiri dalam produknya ada beberapa masalah yang menjadi penghambat kepuasan masyarakat saat membeli Tahu. Sehingga menimbulkan dampak dan faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap kualitas tahu.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku tersebut dapat ditampilkan oleh konsumen akhir (konsumen rumah tangga maupun konsumen bisnis) (Juni, 2017:62).

Pada masyarakat kampung Sukomulyo memenuhi kebutuhan akan makanan sangat penting terutama makanan yang memiliki kualitas baik, seperti halnya dalam pembelian tahu, jika tahu tersebut memiliki rasa yang enak maka masyarakat akan terus melakukan pembelian ulang tahu tersebut, tapi sebaliknya jika tahu tersebut tidak memiliki kualitas yang baik maka masyarakat tidak mau membeli kembali.

Masyarakat kampung Sukomulyo bisa membeli Tahu Sri Rejeki ini dengan sangat mudah dan nyaman, karena tempatnya yang strategis. Lalu bagaimana perilaku konsumen yang ditunjukkan oleh masyarakat kampung Sukomulyo terhadap *home industry* Tahu Sri Rejeki saat ini.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan penulis sebelumnya terlihat bahwa sebagian besar masyarakat kampung Sukomulyo pernah membeli Tahu Sri Rejeki. Walaupun tidak mesti seminggu sekali membeli tahu, tetapi jika masyarakat ingin memasak tahu banyak dari mereka memilih membeli tahu Sri Rejeki tersebut.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk meneliti bagaimana perilaku yang ditunjukkan masyarakat kampung Sukomulyo dalam membeli tahu Sri Rejeki. Dimana tahu Sri Rejeki ini merupakan salah satu pabrik tahu yang berada dikampung Sukomulyo Kecamatan Long Iram yang sangat banyak diminati masyarakat baik masyarakat daerah maupun masyarakat luar daerah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pengaruh yang disebabkan oleh kualitas produk terhadap perilaku masyarakat kampung Sukomulyo Rt 003 dalam membeli tahu Sri Rejeki. Oleh

karena itu pada kesempatan ini penulis memilih judul skripsi “ *Pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo RT 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019*”

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan penulisan ini adalah apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo RT 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019?.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian dan kegunaan penelitian dalam penulisan ini adalah sebagai berikut : “Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo RT 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019 ”

### **Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain :

#### 1. Bagi pembaca

- a. Dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang kualitas produk tahu yang baik.
- a. Dapat menjadi pedoman dalam membeli produk tahu yang terpercaya dan aman.
- b. Dapat mengubah pola fikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi saat mengkonsumsi tahu.

#### 2. Bagi Penulis

- a. Untuk memperoleh informasi sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo RT 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki dikecamatan Long Iram Tahun 2019.

- b. Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan untuk mahasiswa sebagai referensi dan ajang penerapan ilmu yang dipelajari selama mengikuti perkuliahan.
  - c. Merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pendidikan di IKIP PGRI Kalimantan Timur.
3. Bagi IKIP PGRI Kalimantan Timur
- a. Untuk mencetak tenaga pendidik yang profesional.
  - b. Sebagai penambahan referensi di perpustakaan kampus.

## **DASAR TEORI**

### **Kualitas Produk (*Quality Product*)**

Pada hakikatnya seseorang membeli barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Seseorang membeli barang bukan hanya fisik semata, melainkan manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa yang dibeli.

Menurut Kotler, 1997 dalam buku Winahyu (2012:24) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Davis, 1994 dalam buku Yamit (2013:8) mendefinisikan kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal, dari definisi-definisi yang ada terdapat beberapa kesamaan, yaitu:

- 1). Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2). Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- 3). Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

### **Dimensi Kualitas Produk**

Martinich 1997 dalam buku Yamit (2013:11) mengemukakan bahwa dimensi kualitas produk yang relevan dengan pelanggan dapat dikelompokkan dalam enam dimensi, yaitu :

- 1). Performance : Hal yang paling penting bagi pelanggan adalah apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar
- 2). Range and Type of Features : Selain Fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk atau layanan.
- 3). Reliability and Durability : Keandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.
- 4). Maintainability and Serviceability : kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti
- 5). Sensory Characteristics : Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.
- 6). Ethical Profile and Image : Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan jasa.

### **Sumber Kualitas**

Paling tidak ada lima sumber kualitas yang biasa di jumpai yaitu:

- 1). Program, kebijakan, dan sikap yang melibatkan komitmen dari manajemen puncak.
- 2). sistem informasi yang menekankan ketepatan, baik pada waktu maupun detail.
- 3). Desain Produk yang menekankan keandalan dan perjanjian ekstensif produk sebelum dilepas kepasar.
- 4). Kebijakan produksi dan tenaga kerja yang menekankan peralatan yang terpelihara baik dan penemuan penyimpangan secara cepat.

5). manajemen vendor yang menekankan kualitas sebagai sasaran utama.

### **Perilaku Konsumen**

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya (Schiffman dan Kanuk, 2008:6).

Perilaku konsumen mengacu kepada perilaku pembelian individu konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Armstrong, 2012:27).

Hawkins, Best, dan Coney (2007) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah :

“Studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, ide, dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya, dan dampaknya bagi masyarakat konsumen dan konsumen itu sendiri” (Hawkins,dkk, 2007)”

### **Teori Perilaku Konsumen**

Terdapat sejumlah teori yang dikemukakan oleh para ahli, yang menggambarkan mengenai perilaku konsumen, diantaranya :

#### 1). Teori ekonomi mikro

Teori ini dikembangkan, salah satunya oleh Adam Smith. Ia mengembangkan suatu doktrin pertumbuhan ekonomi yang didasarkan atas prinsip bahwa manusia dalam segala tindakannya didorong oleh kepentingannya sendiri. Jeremy Bentham mengemukakan bahwa manusia adalah makhluk yang mempertimbangkan untung rugi dalam segala tindakan.

#### 2). Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.

Perilaku manusia sangat kompleks karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung. Salah satu teori yang berkembang dalam teori psikologis adalah teori belajar.

3). Teori Rangsangan-Tanggapan

Menurut teori ini proses belajar merupakan suatu tanggapan dari seseorang terhadap suatu rangsangan yang dihadapinya.

4). Teori Kesadaran

Dalam teori kesadaran dipengaruhi oleh fakto-faktor sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu dan kesadaran mengenai bagaimana memanfaatkan suatu keadaan untuk mencapai tujuan.

5). Teori Bentuk dan Bidang

Teori ini didasarkan pada percobaan yang membuktikan bahwa rangsangan individual diterima dan diartikan berdasarkan pengalaman masa lalu.

6). Teori Sosiologis

Teori ini menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka, jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok.

7). Teori Antropologis

Teori ini menekankan bahwa sikap dan perilaku manusia dipengaruhi berbagai kelompok masyarakat besar.

### **Model Perilaku Konsumen**

Model perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktivitas-aktivitas konsumen. ( Prabu ,2012:21)

Model adalah penyederhanaan, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat kompleks, untuk itu dibutuhkan model dalam rangka penyederhanaan. Melalui model akan diperoleh kemudahan dalam mengembangkan teori perilaku konsumen. (Juni, 2017:65).

### Pentingnya Perilaku Konsumen

Pemahaman tentang perilaku konsumen dalam pemasaran merupakan suatu hal yang penting. Seperti yang dikemukakan oleh Sutisna (2003;4), bahwa ada dua alasan utama tentang pentingnya perilaku konsumen, yaitu :

- 1). Konsumen sebagai titik sentral perhatian pemasaran, mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen pada saat ini merupakan hal yang sangat penting. Memahami konsumen akan menuntut pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.
- 2). Perkembangan perdagangan pada saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen, sehingga merugikan perusahaan.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen



### Definisi Konseptual

Kualitas Produk adalah sesuatu yang dijual dan digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya yang memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri sesuai dengan fungsinya dimana keunggulan tersebut mampu memuaskan para konsumen.

Perilaku Konsumen adalah suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, menggunakan, menghabiskan, mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perilaku konsumen sendiri ditunjukkan oleh konsumen pada saat mereka merasa puas dengan barang yang mereka beli atau gunakan sebelumnya.

### **Hipotesis**

1. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) adalah “Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019”
2. Hipotesis Nihil ( $H_o$ ) adalah “Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019”

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti ataupun bentuk operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dengan membaca definisi operasional kita akan mengetahui baik atau buruknya pengukuran suatu variabel.

Variabel bebas atau variabel ( $X$ ) dalam penelitian ini adalah kualitas produk, sedangkan variabel terikat atau variabel ( $Y$ ) dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen. variabel penelitian ini akan dioperasionalkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk adalah tingkat mutu karakteristik menyeluruh dari produk yang sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan sebagai variabel bebas (X), dengan indikator :

- a. Cita Rasa
- b. Kemasan
- c. Daya Tahan
- d. Harga
- e. Ukuran

2. Perilaku Konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan masyarakat dalam membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya dimana masyarakat puas dengan produk tersebut sebagai variabel terikat (Y), dengan indikator berikut:

- a. Kepuasan
- b. Membeli secara berulang-ulang
- c. Kemudahan dalam Membeli
- d. Pelayanan terhadap konsumen
- e. Keputusan Pembelian

Metode penilaian terhadap Kualitas Produk yang digunakan penelitian ini menggunakan skala pengukuran model Likert (Soeprihanti, 1991:7). kriteria yang digunakan untuk melakukan penyekoran adalah sebagai berikut :

Sangat setuju	: Skor 4
Setuju	: Skor 3
Tidak Setuju	: Skor 2
Sangat tidak setuju	: Skor 1

### **Populasi dan Sampel**

#### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualn karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiono, 2012:115). Populasi dalam penelitian ini

adalah keseluruhan masyarakat kampung Sukomulyo Rt 003 dengan jumlah 40 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2012:116). Teknik penentuan sampel yang dilakukan pada penelitian ini bersifat tidak acak dimana anggota populasi diberi peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian sampel yang diambil adalah keseluruhan Masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 yang berjumlah 40 orang.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan bulan Maret-April 2019 bertempat di Kampung Sukomulyo Kecamatan Long Iram kabupaten Kutai Barat.

## Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi hasil penelitian ini, penulis memerlukan data sebagai pendukung keseluruhan terhadap proposal ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah :

1. *Library Research*, yaitu penulis melakukan penelitian dengan menggunakan fasilitas yang tersedia dipergustakaan untuk memperoleh data dengan mempelajari buku-buku perpustakaan yang ada hubungannya dengan penulisan proposal ini.
2. Pengamatan (*Observasi*), yaitu teknik pengumpulan data yang ada hubungannya dengan penelitian ini secara langsung menggunakan pengamatan panca indera.
3. Angket (*Questionnaire*), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

**Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**

Alat analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada Tahun 2019.

Untuk membuktikan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak kebenarannya, maka penelitian ini penulis menggunakan data regresi linear sederhana. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Perilaku Konsumen)

X = Variabel bebas (Kualitas Produk)

a = Nilai Konstanta

b = Koefesien regresi

Untuk mengetahui bilangan konstanta (a) dan koefesien regresi (b) digunakan rumus :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Perilaku Konsumen)

X = Variabel bebas (Kualitas Produk)

a = Nilai Konstanta

b = Koefesien regresi

n = Jumlah data responden

Kemudian untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), digunakan rumus koefisien korelasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Kriteria pengujian hipotesis interprestasinya berdasarkan pendapat Sugiyono sebagai berikut :

Tabel 1 : Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono Tahun 2013:250

Kemudian untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada Tahun 2019, maka langkah selanjutnya adalah menggunakan statistik Uji t-hitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Harga yang dihitung

r = Hasil koefesien korelasi

n = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan :

Dasar Pengambilan keputusan:

a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk kesalahan 5% uji dua pihak dimana  $dk=n-2$ , maka  $H_0$  ditolak artinya “terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap

perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian Tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada Tahun 2019”.

b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  untuk kesalahan 5% uji dua pihak dimana  $dk=n-2$ , maka  $H_0$  diterima artinya “tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian Tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada Tahun 2019”.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam usaha memperoleh data yang dilakukan penulis dilapangan tentang pengambilan data kualitas produk dan perilaku konsumen masyarakat dalam pembelian tahu Sri Rejeki yang berada di kampung Sukomulyo pada tahun 2019 dengan cara penyebaran angket.

Dari perhitungan konstanta (a) dan regresi (b) diperoleh persamaan  $Y = 10,449 + 0,435X$ , yang berarti setiap penambahan satuan kualitas produk akan meningkatkan perilaku konsumen sebesar 0,435 sehingga dapat dikatakan setiap naik kualitas produk maka akan mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019.

Berdasarkan dari hasil perhitungan diatas dapat di ketahui bahwa nilai r diperoleh 0,527, jika dilihat pedoman interpretasi koefisien korelasi Sugiyono bahwa hubungan kualitas produk dan perilaku konsumen memiliki interpretasi sedang.

Hasil uji hipotesis antara pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada tahun 2019 menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,826.

---

Kemudian untuk menguji tingkat signifikan di gunakan *student's test* dimana  $t_{hitung} 3,826 > t_{tabel} 1,685$ , artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada tahun 2019.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Sebagai hasil dari pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, penulis sampai pada kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam memenuhi kebutuhannya masyarakat memilih kualitas produk yang membuat mereka merasa puas, seperti halnya dalam membeli tahu dengan adanya kualitas tahu yang baik maka masyarakat menunjukkan perilaku konsumen.
2. Kualitas produk diartikan sebagai sesuatu yang dijual dan digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya yang memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri sesuai dengan fungsinya dimana keunggulan tersebut mampu memuaskan para konsumen. Sedangkan perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, menggunakan, menghabiskan, mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perilaku konsumen sendiri ditunjukkan oleh konsumen pada saat mereka merasa puas dengan barang yang mereka beli atau gunakan sebelumnya.
3. Dari perhitungan konstanta (a) dan regresi (b) diperoleh persamaan  $Y = 10,449 + 0,435X$ , yang berarti setiap penambahan satuan kualitas produk akan

meningkatkan perilaku konsumen sebesar 0,435 sehingga dapat dikatakan setiap naik kualitas produk maka akan mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019.

4. Berdasarkan dari hasil perhitungan koefisien korelasi dapat di ketahui bahwa nilai  $r$  diperoleh 0,527, jika dilihat pedoman interpretasi koefisien korelasi Sugiyono bahwa hubungan kualitas produk dan perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo Rt 003 dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram Tahun 2019 memiliki interpretasi sedang.
5. Hasil uji hipotesis antara pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada tahun 2019 menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,826.
6. Kemudian untuk menguji tingkat signifikan di gunakan *student's test* dimana  $t_{hitung} 3,826 > t_{tabel} 1,685$ , artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap perilaku konsumen masyarakat Kampung Sukomulyo dalam pembelian tahu Sri Rejeki di Kecamatan Long Iram pada tahun 2019

#### **Saran-Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dalam upaya mempertahankan kepuasan pelanggan tahu Sri Rejeki harus terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produknya.

2. Sebaiknya tahu Sri Rejeki dapat meningkatkan pelayanan dalam melayani para konsumen agar konsumen merasa puas dan senang dalam membeli.
3. Masyarakat lebih jeli dalam memilih produk yang berkualitas dan higienis agar tidak mengganggu kesehatan.
4. Semoga tahu Sri Rejeki terus berkembang dan maju dalam mempertahankan pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar Prabu Mangkunegara, 2012, *Perilaku Konsumen*, Bandung, PT. Refika Aditama
- Donni Juni Priansa, 2017, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung, Alfabet Bandung
- Hestanto, 2017, *pengertian kualitas produk*, Tersedia pada <https://www.hestanto.web.id/kualitas-produk/>. di akses pada 05 Januari 2019.
- Ita Rusmilasari, 2017, *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap permintaan telepon genggam oleh siswa Smk Negeri 4 Samarinda Tahun pelajaran 2016/2017*, Samarinda
- Novita Kurniawati, 2012, *Pengaruh merek terhadap perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merek honda di samarinda*, Samarinda
- Nursya'bani Purnama, 2006, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, Yogyakarta, EKONISIA
- Ristiyanti Prasetijo, MBA dan John J.O.I Ihalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, ANDI
- Sora N, 2017, *pengertian produk dan contohnya yang dihasilkan*, Tersedia pada <http://www.pengertianku.net/2017/04/pengertian-produk-dan-contohnya-yang-dihasilkan-perusahaan.html>. Diakses pada 04 Januari 2019.
- Sridianti, 2018, *Pengertian produk dan beberapa jenisnya*, Tersedia pada <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-produk-dan-beberapa-jenis-jenisnya/>. di akses pada 04 Januari 2019.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta. CV
- Proxsis East, 2013, *Pengertian produk, definisi kualitas produk, dan dimensi kualitas produk*, Tersedia Pada <http://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>. di akses pada 05 Januari 2019.
- Zulian Yamit, 2013, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta, EKONISIA
-