

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GARANSI SEUMUR HIDUP TERHADAP
PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
TUPPERWARE DI PT ALAMANDA DELTA SURYA SIDOARJO.**

MAR'ATUS SHOLICHAH

Program Studi Manajemen, STIE Mahardhika Surabaya

msholichah00@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Garansi seumur hidup terhadap Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk Tupperware di PT Alamanda Delta Surya dengan pendekatan kuantitatif dan sampel sebanyak 129 orang responden yang merupakan anggota aktif di PT Alamanda Delta Surya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, sedangkan analisis (analisis jalur) dengan software SPSS 22. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai t hitung sebesar $7.019 > t_{tabel}$ sebesar 1.978. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Kualitas Produk (X2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai t hitung sebesar $8,404 > t_{tabel}$ sebesar 1,97852. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Variabel Garansi Seumur Hidup (X3) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai t hitung sebesar $8,404 > t_{tabel}$ sebesar 1,97852. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Nilai uji F dengan variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2), dan Garansi seumur hidup (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian F hitung sebesar 254.512 dengan nilai signifikansi 0.000, dalam penelitian ini F hitung $> F_{tabel} = 254.512 > 2.68$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hasil *Beta Standardized Coefficients* variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan Garansi seumur hidup (X3), variabel yang mempunyai pengaruh dominan atau paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai *Beta Standardized Coefficients* paling tinggi sebesar 0.592.

Kata kunci: Harga, Kualitas produk, Garansi seumur hidup

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality and lifetime warranty on consumer decision making in purchasing Tupperware products at PT Alamanda Delta Surya with a quantitative approach and a sample of 129 respondents who are active members at PT Alamanda Delta Surya. The sampling technique used in this study is Probability Sampling, while analysis (path analysis) with SPSS 22 software. After testing the proposed hypothesis, the results of this study indicate that the variable Price (X1) has a partial influence on Purchase Decisions (X1). Y at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with t value of 7,019 > ttable of 1,978. With a significance value of 0.000 < 0.05. Product Quality Variable (X2) has no partial effect on Purchase Decision (Y) at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with tcount of 8.404 > ttable of 1.97852. With a significance value of 0.000 > 0.05. Lifetime Warranty Variable (X3) has no partial effect on Purchase Decision (Y) at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with tcount of 8.404 > ttable of 1.97852. With a significance value of 0.000 > 0.05. The value of the F test with the variables Price (X1), Product quality (X2), and Lifetime Guarantee (X3) have a simultaneous effect on purchasing decisions Fcount of 254.512 with a significance value of 0.000, in this study Fcount > Ftable = 254.512 > 2.68 and the significance value 0.000 < 0.05. The results of the Beta Standardized Coefficients variable Price (X1), Product quality (X2) and Lifetime Guarantee (X3), the variable that has the dominant or most influential influence on purchasing decisions (Y) is the Product Quality variable (X2) with the highest Beta Standardized Coefficients high of 0.592.

Keywords: Price, Product quality, Lifetime guarantee

PENDAHULUAN

Kejadian munculnya pandemi *virus corona* atau *covid-19* di dunia mampu melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. *Coronavirus* merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit ringan sampai berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit yang serius seperti MERS dan SARS. Penularannya dari hewan ke manusia (*zoonosis*) dan penularan dari manusia ke manusia sangat terbatas. Masa pandemi *covid-19* tidak bisa dikendalikan secara cepat sehingga membutuhkan penatalaksanaan yang begitu tepat baik dari pemerintah maupun masyarakat. Salah satu pencegahan untuk memutus penularan *covid-19* yang dihimbau oleh pemerintah adalah tetap tinggal dirumah.

Selain tetap tinggal dirumah, pemerintah juga menghimbau agar masyarakat melakukan 3M yaitu Menjaga jarak, Memakai masker dan Mencuci tangan. Dimasa pandemi ini seluruh perusahaan, instansi, universitas,

sekolahan menerapkan WFH (*Work From Home*). Sehingga kita banyak melakukan aktivitas sehari-hari didalam rumah. Oleh sebab itu para ibu rumah tangga kebanyakan menyimpan persediaan bahan makanan lebih banyak dibanding biasanya. Dalam menyimpan bahan makanan di butuhkan alat yang aman dan ramah lingkungan salah satu nya adalah Tupperware.

Selain Brand Tupperware ada juga Brand Morlife, Tulipeware, Lion Star dll oleh karena itu produk Tupperware harus bersaing dengan brand brand tersebut dan harus memikirkan bagaimana caranya agar para konsumen lebih memilih membeli produk Tupperware dibanding brand-brand lainnya.

Produk Tupperware merupakan produk peralatan rumah tangga berjenis dari bahan plastik yang berkualitas tinggi untuk pengelola, penyimpan, maupun penyajian makanan dan minuman. Tupperware Corporation yang berpusat di Orlando Amerika Serikat adalah perusahaan multinasional yang melahirkan

berbagai produk inovatif berdesain unik dengan warna warni yang khas, trendy dan menarik. Bahan yang digunakan sangat berkualitas, aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan. Satu hal yang unik dan menjadi strategi pemasaran unggulan Tupperware dalam *green campaign* yaitu pemberian garansi seumur hidup bagi semua produk Tupperware.

Menurut Ibu Citra Dyas yang bekerja di Distributor Tupperware PT. Alamanda Delta Surya Sidoarjo, mengatakan bahwa "Ada beberapa produk yang tidak termasuk dalam garansi seumur hidup diantaranya adalah: produk rusak karena gigitan tikus, produk meleleh karena terkena api atau benda yang sangat panas yang kuat untuk jangka waktu lama sehingga memuai/melengkung, produk pecah karena terkena pukulan benda keras, produk terkena noda makanan tertentu meninggalkan bekas atau noda pada produk namun tidak mempengaruhi fungsinya".

Kolter (2005) menjelaskan bahwa, Konsumen yang telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk

membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa dikatakan dengan keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yang sering disebut sebagai konsumen memberikan pengaruh yang signifikan.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena dengan adanya harga konsumen dapat memilih produk apa yang akan di beli dari suatu perusahaan. Menurut Nitisusastro (2017) nilai barang yang ditentukan atau dirupakan atau sejumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk barang ataupun produk jasa pada waktu tertentu disebut harga.

Ada juga faktor kualitas produk yaitu faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas produk dengan kesesuaiannya standar ukur yang telah ditetapkan semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai

produk tersebut semakin berkualitas.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) Salah satu produk perlengkapan rumah tangga yang dikenal kualitas produknya adalah produk Tupperware, dengan produknya yang penuh inovatif dalam menarik minat pembelian konsumen. Produk Tupperware sudah dikenal di berbagai Negara akan kualitas produknya sehingga konsumen yakin bahwa produk Tupperware merupakan produk yang sudah terjamin dengan kualitasnya.

Barang dan jasa harus cepat dan tepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu barang dan jasa itu harus tahan lama atau tidak mudah rusak dan mudah digunakan oleh siapa pun dan kapan pun. Komponen lain dari kualitas yang tidak kalah pentingnya adalah harga yang murah dan merekyang terkenal. Merek yang terkenal dan harga yang terjangkau sangat menarik dan merangsang konsumen sekaligus mencerminkan kualitas yang dikehendaki konsumen.

Produk Tupperware terkesan mahal, begitu tanggapan sebagian orang. Hal ini membuktikan bahwa produk Tupperware membandrol produk dengan harga minimal Rp. 65.000,-. Mahalnya harga produk Tupperware ditepis pihak perusahaan PT. Alamanda Delta Surya kota Sidoarjo. Karena harga itu sudah termasuk garansi seumur hidup. Disamping bahan baku yang dijamin memenuhi standart kesehatan, Tupperware memiliki selisih harga dibanding produk sejenis dengan merk berbeda. Hal ini juga diakui oleh Ibu Dyah Palupi, salah seorang distributor tupperware yang ada di kota Sidoarjo, "Produk kami ini beda dari plastik-plastik biasa, karena produk kami digaransi seumur hidup".

Permasalahan yang dialami PT. Alamanda Delta Surya Sidoarjo adalah adanya *image* masyarakat yang menyatakan bahwa produk Tupperware mahal. Sementara ada nilai penting lainnya yang membuat produk tupperware terlihat murah. Masyarakat juga tidak mengetahui meskipun

harganya mahal produk Tupperware terdapat garansi seumur hidup dengan kerusakan tertentu. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui apakah harga, kualitas produk dan garansi seumur hidup mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk Tupperware, sehingga peneliti memberi judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GARANSI SEUMUR HIDUP TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE DI PT ALAMANDA DELTA SURYA”**.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Menurut Kotler (2012:345) dalam Putry Hotdamina (2017) indikator harga ialah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2015) menyatakan bahwa kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah diperlukan dan bersifat tetap. Kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. Berikut indikator kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong:

1. Kinerja produk, Produk berfungsi dengan semestinya.
2. Keandalan Produk, Reputasi produk menurut konsumen.
3. Daya tahan produk, Jangka waktu ketahanan (keawetan) produk.
4. Bahan baku produk, Kualitas bahan baku produk yang digunakan.
5. Kemudahan pemakaian, Tingkat

kemudahan pemakaian produk.

6. Kesesuaian fungsi, Kinerja produk sesuai yang dijanjikan.

Garansi Seumur Hidup

Garansi menurut Fandy Tjiptono adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan.

Garansi *Lifetime* menurut Tupperware artinya jika produk Tupperware rusak atau cacat dalam pemakaian normal (sesuai dengan fungsinya), maka dapat diklaim untuk mendapatkan penggantian secara gratis melalui *Sales Force* atau kantor perwakilan Tupperware Indonesia terdekat. Adapun indikator garansi menurut Fandy Tjiptono adalah:

1. Kualitas produk
2. Reparasi
3. Ganti rugi

Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009, p.184) Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Keputusan konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Kotler (2004) Indikator keputusan konsumen dalam pembelian, yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk.
2. Keinginan mencoba.
3. Kemantapan akan kualitas produk.
4. Keputusan pembelian ulang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas (*independent*), dan loyalitas

pelanggan sebagai variabel terikat (*dependent*).

Populasi dalam penelitian ini adalah member aktif PT. Alamanda Delta Surya sejumlah 190 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah member Tupperware PT. Alamanda Delta Surya yang sampai saat ini masih memiliki kartuanggota yang aktif.

teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= Ukuran sample

N= Ukuran populasi

e= eror margin (5% atau 0,05)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistic 26, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan hasil t hitung sebesar $7,019 > t_{tabel}$ sebesar 1,97852.
2. Variabel Kualitas produk (X2) tidak berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan thitung sebesar $8,404 > t_{tabel}$ sebesar 1,97852.
3. Variabel Garansi seumur hidup (X2) memiliki pengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan ti hitung sebesar $4,675 > t_{table}$ sebesar 1,984.
4. Berdasarkan uji F (Simultan) menjelaskan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan Garansi seumur hidup (X3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Tupperware PT Alamanda Deta Surya dengan nilai Fhitung sebesar 254,512 dengan nilai signifikansi 0.000 dan

Ftabel sebesar 2,68 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel} = 254,512 > 2,68$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulannya yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) mempunyai pengaruh secara parsial atau individu terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Variabel Kualitas Produk (X2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Variabel Garansi seumur hidup (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
4. Variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan Garansi seumur hidup (X3) berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap Keputusan pembelian (Y).
5. Dengan adanya hasil tersebut pihak Tupperware PT Alamanda Delta Surya dapat meningkatkan pemahaman tentang kualitas produk kepada para konsumen atau para member PT Alamanda Delta Surya

Sidoarjo dan Garansi seumur hidup. Karna sering terjadi para konsumen belum mengetahui jika produk Tupperware dengan kerusakan yang wajar bisa mendapatkan pelayanan garansi atau diganti dengan produk yang baru di kantor distributor.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13 Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong.2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 1 Edisi Ke 13 Jakarta : Erlangga.
- Setyo, Ita Irawati. 2020. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan produk Sophie Paris di toko online Shopee*. Surabaya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Tupperwareonlineparty,2012,“Keunggulan Produk Tupperware” <https://tupperwareonlineparty.wordpress.com> (diakses tanggal 5 Mei 2021).