

PENGARUH MOTIVASI PELANGGAN, *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS MEREK KEPITING KING PADA PT BENDY JAYA MANDIRI MEDAN

Rosinta Romauli Situmeang¹; Steven Winata²; Felix³; Steven⁴

Universitas Prima Indonesia, Medan^{1,2,3,4}

Email : stevenwinata11@gmail.com

ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan dalam menganalisis pengaruh Motivasi Pelanggan, *Personal Selling* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan. Terjadinya penurunan Keputusan Pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan disebabkan oleh Motivasi Pelanggan, *Personal Selling* dan Kualitas Produk. Teori yang digunakan berkaitan dengan Motivasi Pelanggan, *Personal Selling* dan Kualitas Produk serta Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 194 pelanggan dan sampel berjumlah 134 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*. Analisis data yang digunakan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa secara parsial dan secara simultan Motivasi Pelanggan, *Personal Selling* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.

Kata Kunci: Motivasi Pelanggan, *Personal Selling*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the influence of Customer Motivation, Personal Selling and Product Quality on Purchasing Decisions of king crab brand rice at PT Bendy Jaya Mandiri Medan. Decrease in the Purchase Decision of Crab King brand rice at PT Bendy Jaya Mandiri Medan is caused by Customer Motivation, Personal Selling and Product Quality. The theory used is related to Customer Motivation, Personal Selling and Product Quality after the Purchase Decision. The population in this study amounted to 194 customers and a sample of 134 customers. The sampling technique used was random sampling. The data analysis used was validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. The conclusion in this study is that partially and simultaneously Customer Motivation, Personal Selling and Product Quality have a positive and significant effect on purchasing decisions of king crab brand rice at PT Bendy Jaya Mandiri Medan.

Keywords: Customer Motivation, Personal Selling, Product Quality, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

PT Bendy Jaya Mandiri Medan menjadi perusahaan distribusi bahan sembakoyang berlokasi di jalan Kayu Putih Komplek Kayu Putih Estate Blok C-9 Medan. Pada perusahaan ini terjadi penurunan keputusan pembelian sembako beras merek kepiting kingyang terlihat dari tidak tercapainya target penjualan beras merek kepiting king yang ditetapkan perusahaan sebelumnya. Reliasasi penjualan terendah terjadi pada bulan Juli sebesar 55,29%%. Hal ini diakibatkan pada bulan Oktober harga mengalami peningkatan dan adanya perubahan aturan pembayaran yang lebih cepat biasanya adalah 15 hari dari tanggal tanda terima tetapi sekarang menjadi 9 hari sehingga memicu penurunan penjualan.

Kegiatan motivasi berupa promosi yang terlaksana yang sedikit. Seperti halnya pemotongan harga yang diberikan atau hadiah-hadiah kepada para pelanggan dan sebagainya. Dalam bentuk data yang mendukung penurunan motivasi pelanggann adalah dari segi promosi yang dilakukan kepada pelanggan selama Tahun 2019 pada bulan Desember lebih banyak menggunakan promosi hadiah dan potongan harga yang cukup besar.

Personal selling yang belum memuaskan terlihat dari kurangnya kemampuan karyawan dalam penanganan keluhan yang cepat, harga beras merek kepiting king yang diberikan tidak *fix* seringnya mengalami fluktuasi, penanganan pengiriman yang kurang baik sehingga mengakibatkan seringnya terlambat pengantaran. Hal ini menimbulkan kekecewaan para pelanggan yang berdampak pada penurunan keputusan pembelian. Pada bulan Oktober 2019 paling banyak staf *personal selling* yang tidak mencapai target penjualan sebanyak 5 orang.

Salah satu faktor keputusan pembelian diduga oleh kualitas produk beras merek kepiting king diduga juga menyebabkan menurunnya keputusan pembelian beras merek kepiting king. Penurunan kualitas produk ini mengakibatkan tingkat keluhan kepada perusahaan yang tinggi. Dimana keluhan yang terbanyak terjadi pada bulan April 2019 sebanyak 8 keluhan. Kualitas produk beras merek kepiting king dimana kemasan goni yang mudah rusak, beras yang kotor dan tidak putih, serta banyaknya kotoran. Hal ini mendorong penurunan keputusan pembelian beras merek kepiting king.

Dari permasalahan diatas peneliti tertarik dengan “Pengaruh Motivasi Pelanggan,

Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Beras Merek Kepiting King pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.”

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Tentang Motivasi

Setiadi (2016:26), Motivasi merupakan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.

Teori Tentang *Personal Selling*

Mudah diulang, dapat menciptakan *two ways communication* antara ide yang ebrlainna antara penjual dan pembeli.

Teori Tentang Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2015 : 143), “Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Teori Tentang Keputusan Pembelian

Sangadji dan Sopiah (2013:332), keputusan pembelian konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen untuk mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih di antara pilihan-pilihan.

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017:87).

Hipotesis Penelitian

- H₁: Motivasi Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepinging king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan
- H₂: *Personal Selling* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepinging king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan
- H₃: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepinging king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan

H₄: Motivasi Pelanggan, *Personal Selling* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Sunyoto (2014:48), “Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga.” Jumlah populasi yaitu 194 pelanggan toko. Sunyoto (2014:48), “Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.” Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*, Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(\epsilon)^2} \\ n &= \frac{194}{1 + 194(0.05)^2} \\ n &= \frac{194}{1 + 0,323} \\ n &= 130,64 \end{aligned}$$

Jumlah sampel sebanyak 131 pelanggan toko. Selanjutnya untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 pelanggan toko.

Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini mengumpulkan data dengan Kuesioner dibagikan kepada responden penelitian, Wawancara dilakukan kepada beberapa pelanggan. Studi dokumentasi yang digunakan yaitu laporan target dan realisasi penjualan, laporan keluhan dan sebagainya..

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer diperoleh dengan wawancara dan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner).
2. Data Sekunder contohnya buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika nilai $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Besarnya

r_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar (0,361). Jika nilai $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $>0,60$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Penelitian

Model Penelitian

Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut : (Tabel 1)

$$Y = 2,495 + 0,485 X_1 + 0,270 X_2 + 0,262 X_3 + e$$

Konstanta sebesar 2,495 menyatakan bahwa motivasi, personal selling dan kualitas produk tidak mengalami peningkatan keputusan pembelian 2,495 satuan. Apabila terjadipeningkatan terhadap motivasi maka akan mendorong peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,485 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan terhadap personal selling maka akan mendorong peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,270 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan terhadap kualitas produk maka akan mendorong peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,262 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Koefisien Determinasi Hipotesis

Pengujian koefisien determinasi yaitu : (Tabel 2)

Tabel 2. determinasi nilai diperoleh 29,1% bahwa motivasi, personal selling dan kualitas produk yang dijelaskan oleh keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 70,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 3. nilai F_{hitung} (18,807) lebih tinggi dari F_{tabel} (2,68) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_0 diterima yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara motivasi, *personal selling* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) (Tabel 4)

Nilai t_{tabel} untuk probabilitas 0,05 pada derajat bebas (df) = $131-3-1=127$ adalah sebesar 1,979. Dengan demikian hasil dari pengujian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,892 > 1,979$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek keping king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.
2. Nilai $3,905 > 1,979$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek keping king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.
3. Nilai $2,121 > 1,979$ dan probabilitas $0,036 < 0,05$, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek keping king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan.

Pembahasan

Adanya pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek keping king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan. Motivasi yang kurang diberikan kepada para pelanggan beras merek keping king untuk dapat melakukan pembelian lebih banyak atau lebih sering terlihat dari kegiatan motivasi berupa promosi yang terlaksana yang sedikit. Seperti halnya pemotongan harga yang diberikan atau hadiah-hadiah kepada para pelanggan dan sebagainya. Dalam bentuk data yang mendukung penurunan motivasi pelanggan adalah dari segi promosi yang dilakukan kepada pelanggan selama Tahun 2019 pada bulan Desember lebih banyak menggunakan promosi hadiah dan potongan harga yang cukup besar.

Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek keping king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan. *Personal selling* yang belum memuaskan terlihat dari kurangnya kemampuan karyawan dalam penanganan keluhan yang cepat, harga beras merek keping king yang diberikan tidak *fix* seringnya mengalami fluktuasi, penanganan pengiriman yang kurang baik sehingga mengakibatkan seringnya terlambat pengantaran. Hal ini menimbulkan

kekecewaan para pelanggan yang berdampak pada penurunan keputusan pembelian. Pada bulan Oktober 2019 paling banyak staf *personal selling* yang tidak mencapai target penjualan sebanyak 5 orang.

Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merek kepiting king pada PT Bendy Jaya Mandiri Medan. Salah satu faktor keputusan pembelian diduga oleh kualitas produk beras merek kepiting king diduga juga menyebabkan menurunnya keputusan pembelian beras merek kepiting king. Penurunan kualitas produk ini mengakibatkan tingkat keluhan kepada perusahaan yang tinggi. Dimana keluhan yang terbanyak terjadi pada bulan April 2019 sebanyak 8 keluhan. Kualitas produk beras merek kepiting king dimana kemasan goni yang mudah rusak, beras yang kotor dan tidak putih, serta banyaknya kotoran. Hal ini mendorong penurunan keputusan pembelian beras merek kepiting king.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Herdiana, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103.
- Arikunto. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13, Pearson Education, inc.
- Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sangadji, Mamang, Etta, Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Ed.1, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : *Center for Academic Publishing Service*.
- Torang, Syamsir. 2016. *Organisasi dan Manajemen (Perilaku Struktur, Budaya dan Perubahan Organisasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Yuniarti, Sri, Vinna. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Cetakan Kesatu. Bandung : Pustaka Setia.

TABEL

Tabel 1.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.495	3.225		.774	.440
	Motivasi	.485	.125	.305	3.892	.000
	Personal Selling	.270	.069	.301	3.905	.000
	Kualitas Produk	.262	.124	.169	2.121	.036

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel 2.
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.308	.291	10.06966

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Personalselling, Kualitasproduk

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel 3.
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5721.116	3	1907.039	18.807	.000 ^a
	Residual	12877.556	127	101.398		
	Total	18598.672	130			

a Predictors: (Constant) Kualitaspelayanan SaluranDistribusi KualitasProduk

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel 4. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.495	3.225		.774	.440
	Kualitasproduk	.485	.125	.305	3.892	.000
	Salurandistribusi	.270	.069	.301	3.905	.000
	Kualitaspelayanan	.262	.124	.169	2.121	.036

Sumber: Data Primer, 2020