

Peran Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Penggunaan Gas PGN Pada Masyarakat Kota Batam

Hendri Herman^{a,*}, Vargo Christian L. Tobing^b

^{ab} Universitas Putera Batam, Batam

*hendrihermanbatam@gmail.com

Abstract

The decision of the consumer in purchasing a product / service is certainly influenced by the quality of the product to be purchased / used. The quality of the product is already a condition that must be met by the company in order for the products offered to the public to be well received. This research aims to look at the effect of product quality on consumer decisions in the use of PGN gas on the people of Batam. The population in this study was the household sector that became a customer of the State Gas Company. The number of respondents in this study was 98 respondents. Data acquisition is done by providing questionnaires to PGN gas customers (household sector). The data obtained will be tabulated and then processed using the SPSS program. The data analysis used in this study is; data quality test; validity test and reliability test, data normality test, heteroskedastisity test, determination coefficient analysis, partial hypothesis test. From the results of the study, it is known that the quality of the product has a significant influence on consumer decisions in the use of PGN gas, with a correlation value of 36%, which means that the quality of the product is able to influence consumer decisions in making gas use decisions by 36%, and the remaining 64% is influenced by other factors not included in this research model.

Keywords: Product quality; Consumer Decisions.

Abstrak

Keputusan konsumen untuk membeli produk/ jasa merupakan suatu proses yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, konsumsi, dan evaluasi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk/ jasa tentu dipengaruhi oleh kualitas dari produk yang akan dibeli/ digunakan. Kualitas dari produk sudah menjadi syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar produk yang ditawarkan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam penggunaan gas PGN pada masyarakat kota Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah sektor rumah tangga yang menjadi pelanggan Perusahaan Gas Negara. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Perolehan data dilakukan dengan memberikan kuisioner kepada pelanggan gas PGN (sektor rumah tangga). Data yang diperoleh akan ditabulasi dan untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan program SPSS. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; uji kualitas data; uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis secara parsial. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam penggunaan gas PGN, dengan nilai korelasi sebesar 36%, yang berarti kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan penggunaan gas sebesar 36%, dan sisanya sebesar 64% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Keputusan Konsumen.

1. Pendahuluan

Penggunaan gas PGN sebagai salah satu solusi bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan bahan bakar menjadi keputusan yang tepat. Penggunaan gas PGN dinilai efisien karena akan menghemat pengeluaran masyarakat dikarenakan harga gas PGN lebih murah. Penggunaan gas PGN juga dinilai lebih memberi kemudahan, dikarenakan masyarakat tidak perlu khawatir kehabisan gas pada saat memasak, tidak harus mengganti tabung gas

saat isinya habis. Jadi dengan adanya gas PGN ini, masyarakat akan lebih dimudahkan.

Adapun keluhan yang sering dialami oleh masyarakat terkait penggunaan gas LPG ialah, kesulitan dalam memperoleh gas LPG. Kondisi seperti ini tentu dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu yang ingin mencari keuntungan lebih dengan menjualnya di atas harga yang telah ditentukan. Tentu kondisi seperti ini memberatkan keuangan masyarakat. Jika masyarakat menggunakan gas PGN, tentu

kondisi-kondisi seperti di atas tidak akan terulang.

Gas bumi itu sendiri disupply oleh PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk (PGN), PGN dinilai sangat membantu dan hemat dalam pengeluaran rumah tangga, baik, industri maupun komersial

Adanya keinginan masyarakat untuk menggunakan gas PGN tentu disebabkan oleh berbagai macam pertimbangan. Kualitas produk tentu menjadi sebagian hal yang dipertimbangkan masyarakat. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch & David, 1994 dalam Tangkilisan (2007).

Produk dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan pengguna, produk juga harus memiliki standarisasi kualitas agar produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan atas produk yang dihasilkan.

2. Kajian Literatur

2.1. Kualitas Produk

Kualitas merupakan karakteristik dari suatu barang dan jasa yang tentu memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas merupakan sifat produk atau jasa yang berpengaruh pada kepuasan dan keinginan konsumen. Kualitas produk/ jasa menjadi salah satu dasar konsumen untuk membeli atau menggunakan produk/ jasa.

Kualitas produk menjadi syarat utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan sebelum menghasilkan produk/ jasa. Produk yang memiliki kualitas yang baik tentu akan diminati oleh calon konsumen. Maka dari itu, perusahaan harus menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik yang diinginkan masyarakat.

2.1.1. Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator dari kualitas produk, yaitu: (Mowen & Minor, 2012)

1. Kinerja
Kinerja yang dimaksud adalah kinerja dari pengoperasian produk
2. Reliabilitas
Reliabilitas yang dimaksud adalah produk bebas dari kerusakan atau tidak berfungsi dengan baik
3. Daya tahan
Daya tahan yang dimaksud adalah usia ekonomi produk
4. Keamanan
Produk yang berkualitas memiliki tingkat keamanan yang tinggi

2.2. Keputusan Konsumen

Konsumen sebagai pengguna produk/ jasa tentu akan mempertimbangkan produk/ jasa yang akan dibeli. Pertimbangan dilakukan, agar produk/ jasa yang dibeli akan dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan yang diharapkan.

Keputusan konsumen untuk membeli produk/ jasa merupakan sebuah tahapan dimulai dari konsumen mencari tahu masalahnya, mencari informasi mengenai produk/ jasa dan seberapa baik produk/ jasa yang tersebut akan dapat menyelesaikan masalahnya, yang kemudian akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk/ jasa (Memah et al., 2015).

Sebelum melakukan pembelian produk/ jasa, konsumen dapat melakukan evaluasi dalam memilih produk. Evaluasi dan pemilihan ini ditujukan untuk menghasilkan keputusan.

Proses pengambilan suatu keputusan untuk membeli produk/ jasa terdiri dari empat tahap, tahap pertama ialah pemahaman konsumen akan adanya masalah yang dihadapi. Tahap kedua, konsumen melakukan evaluasi terhadap pilihan alternatif yang tersedia dan tindakan yang sesuai akan dipilih. Tahap ketiga, konsumen mewujudkan pembelian, dan pada tahap terakhir, produk/ jasa yang telah dibeli akan digunakan untuk kemudian adanya evaluasi terhadap produk/ jasa yang telah dibeli (Firmansyah, 2018)

2.2.1. Indikator Keputusan Konsumen

Indikator yang digunakan untuk melihat keputusan konsumen melakukan pembelian produk/ jasa sebagai berikut (Nasution & Yasin, 2014):

1. *Attention*
Merupakan perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan
2. *Interest*
Ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan
3. *Desire*
Keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan
4. *Action*
Calon konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian

2.3. Hipotesis Penelitian

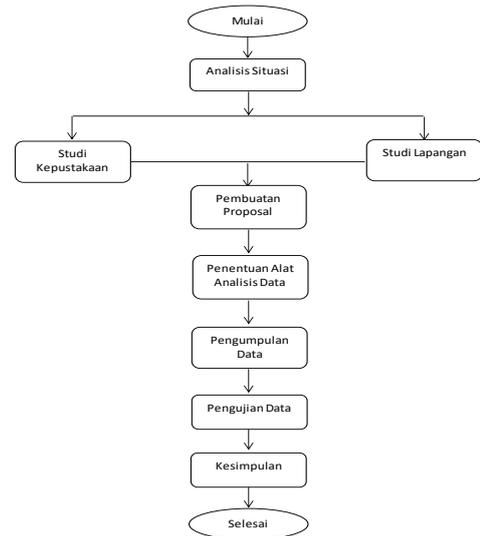
Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan data. Data

yang telah terkumpul akan ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Analisis data yang dilakukan adalah uji kualitas data; uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis parsial.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Batam yang menjadi pelanggan gas PGN (penggunaan gas untuk rumah tangga). Sampel dihitung dengan menggunakan rumus slovin dengan error 10%, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 responden.



Gambar 1. Bagan alir penelitian

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Uji validitas kualitas produk

Tabel 1. Uji validitas kualitas produk

No	Item	R Hitung	R Tabel	Signifikansi	Kesimpulan
1	X1.1	0.815	0.1986	0.000	Valid
2	X1.2	0.695	0.1986	0.000	Valid
3	X1.3	0.848	0.1986	0.000	Valid
4	X1.4	0.745	0.1986	0.000	Valid

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R hitung item X1.1 sebesar 0,815, X1.2 sebesar 0,695, X1.3 sebesar 0,848, X1.4 sebesar 0,745. Masing-masing nilai R hitung tersebut lebih besar dari nilai R tabel (0,1986), sehingga

dapat diambil kesimpulan bahwa item-item kuisisioner pada variabel kualitas produk adalah valid.

Uji validitas keputusan konsumen

Tabel 2. Uji validitas keputusan konsumen

No	Item	R Hitung	R Tabel	Signifikansi	Kesimpulan
1	Y.1	0.764	0.1986	0.000	Valid
2	Y.2	0.827	0.1986	0.000	Valid
3	Y.3	0.826	0.1986	0.000	Valid
4	Y.4	0.724	0.1986	0.000	Valid

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R hitung Y.1 sebesar 0,764, Y.2 sebesar 0,827, Y.3 sebesar 0,826, Y.4 sebesar 0,724. Masing-masing item tersebut memiliki nilai lebih besar dari R tabel (0,1986), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa item-item kuisisioner pada variabel keputusan konsumen adalah valid.

4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

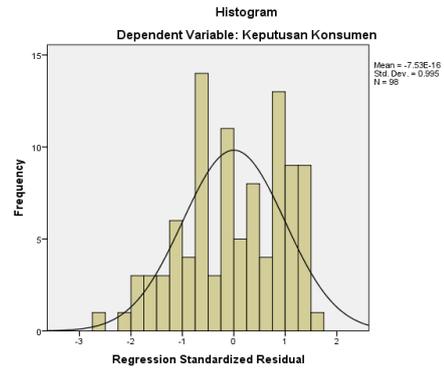
Tabel 3. Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Produk	0.781	Reliabel
Keputusan Konsumen	0.793	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha kualitas produk sebesar 0,781, nilai cronbach's alpha keputusan konsumen sebesar 0,793. Nilai masing-masing cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.3. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Histogram

Dari histogram di atas, dapat dilihat bahwa histogram membentuk lonceng atau *bell shaped*, maka dapat dikatakan data telah terdistribusi secara normal. Akan tetapi, untuk lebih memastikan apakah sebaran data telah normal atau tidak, maka dapat juga dilihat dengan uji kolmogorov smirnov berikut ini:

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83120503
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.061
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.169
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp, sig. memiliki nilai 0,130. Nilai signifikan ini lebih besar dari 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sebara data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

4.4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Park Glejser

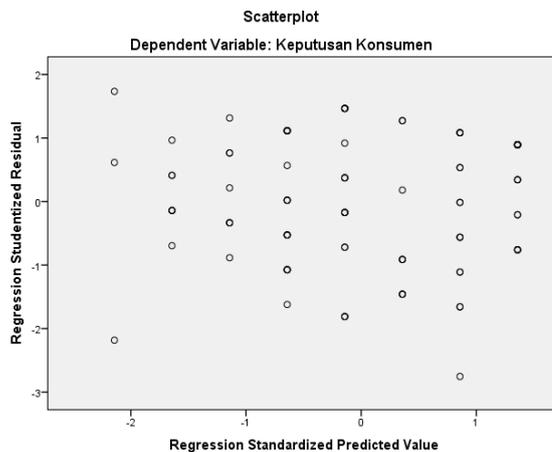
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.

1	(Constant)	-1.260E-15	1.626		.000	1.000
	Kualitas Produk	0.000	.093	0.000	0.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan variable kualitas produk sebesar 1,000. Nilai signifikan ini lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Hasil uji heteroskedastisitas juga dapat dilihat pada gambar *scatter plot* berikut ini:



Gambar 3. *Scatter plot*

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.360 ^a	.130	.121	1.841

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,360 atau 36%. Ini berarti, keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dapat dijelaskan oleh kualitas produk sebesar 36% sedangkan sisanya

Dari gambar *scatter plot* di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik berada di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, dan sebaran tersebut tidak membentuk pola yang jelas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.5. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

dijelaskan oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Hipotesis Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.302	1.626		6.951	.000
	Kualitas Produk	.354	.093	.360	3.786	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000. Nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

4.7. Pembahasan

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen

Dari hasil penelitian, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian. Kualitas produk merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi suatu produk sebelum produk tersebut dipasarkan ke masyarakat. Begitu juga dengan produk gas yang dihasilkan oleh Perusahaan Gas Negara (PGN), gas PGN ini tentunya sudah memiliki kualitas produk yang baik yang dapat memenuhi keinginan konsumen, dapat memecahkan masalah konsumen yang menjadi alasan konsumen untuk beralih dari penggunaan gas LPG ke gas PGN.

Mengingat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh konsumen apabila menggunakan gas PGN; konsumen tidak perlu khawatir kehabisan gas, konsumen dapat menghemat pengeluaran karena harga gas PGN ini relative lebih murah, penggunaan gas PGN ini juga relative aman dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang Panjang.

Kualitas produk yang dimiliki oleh gas PGN ini menjadi alasan dan dasar masyarakat untuk beralih dari penggunaan gas LPG atau gas tabung ke gas PGN. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mukti, 2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen
2. Nilai korelasi kualitas produk sebesar 36% yang berarti kualitas produk berpengaruh sebesar 36% terhadap keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah diharapkan Perusahaan Gas Negara dapat terus menjaga kualitas produk, serta meningkatkan kualitas produk.

Dikarenakan kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan masyarakat dalam penggunaan gas PGN.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, tim peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada DRPM Kemenristekdikti yang telah mendanai penelitian ini hingga akhirnya dapat terselesaikan. Tim peneliti juga berterimakasih kepada Universitas Putera Batam yang telah memberikan dukungan kepada tim peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai, dan tim peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini selesai.

Daftar Pustaka

- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Memah, D., Tumbel, A., & Rate, P. V. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Citraland Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.8285>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen. Jilid 1, Edisi Kelima*. Erlangga.
- Mukti, M. Y. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1), 89–110.
- Nasution, & Yasin. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Naila Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2).
- Tangkilisan, H. N. (2007). *Manajemen Publik*. Grasindo.