Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 0000-0000

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO BELI BUAH BANJARMASIN

Consumer Perception of Product Quality and Services in Beli Buah Banjarmasin™

Rizky Gunawan*, Yusuf Azis dan Mariani

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci
Persepsi; Produk; Pelayanan; Kualitas.

Korespondensi
Corresponding author
E-mail:
rizkygunawan991@gmail.com

Diterima: September 2022,
Disetujui: 9 September 2022,
Diterbitkan on-line : 1 Desember 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko Beli Buah di Banjarmasin dan mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin. metode penarikan contoh yang di gunakan adalah *non-probability sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam pe nelitian ini. *Purposive sampling* dengan jumlah sampel berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara *online* untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin, maka digunakan analisis deskriptif, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko Beli Buah Banjarmasin berada pada kategori baik sebanyak 57 responden (57%) dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori baik sebanyak 57 responden (57%).

PENDAHULUAN

Di dalam era globalisasi dan pasar bebas, berbagai jenis barang dan jasa dengan berbagai merk membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek setiap produk akan semakin tajam dalam memperebutkan konsumen. Bagi konsumen, pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang banyak. Konsumen bebas memilih produk dan merek yang akan dibelinya. Keputusan pembeli ada dalam diri konsumen. Konsumen akan menggunakan berbagai kretiria dalam membeli produk dan merek tertentu. Di antaranya adalah konsumen akan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya, seleranya, dan daya belinya. Konsumen juga sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya berdasarkan produk tersebut. Memahami persepsi konsumen adalah penting bagi pemasar dan produsen.

Menurut Kotler dalam Fentri (2017) persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan

masukanmasukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia.

Menurut Irwan Wijaya (2009) Pentingnya kualitas produk bagi Toko Beli Buah karena dapat mempengaruhi perilaku pelanggan, khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan untuk membeli ulang dan merekomendasikan, tidak hanya kualiatas produk yang menjadi bahan pertmibangan utuma bagi para konsumen menurut Meldarianda dan Lisan (2010) saat ini harga dan suasana Toko Beli Buah menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih untuk membeli produk buah-buahan.

Menurut Ratminto dan Septi (2008) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Toko Beli Buah yang terdapat Jl. Perintis Kemerdekaan No.70, Ps. Lama, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Persiapan dan pelaksanaan penelitian sampai dengan penulisan adalag dari bulan September 2021 sampai Mei 2022.

Jenis dan Sumber Data

Data adalah keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

Data Primer

Data Primer Menurut Sugiyono 2013 data primer adalah yang langsung membersihkan data kepada pengepul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah diarsipkan. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap Toko Beli Buah Banjarmasin.

Data Skunder Menurut Sugiyono 2013 data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analsisi industry oleh media, situs web, dan internet. Contohnya berupa literatur yang relevan dengan penelitian, seperti penelitian terdahulu, jurnal, skripsi dan buku.

Metode Penarikan Contoh

Memperoleh data yang dibutuhkan guna pengelolaan dalam menjawab permasalahan yang dikaji dalam penelitian, dibutuhkan adanya populasi sebagai sarana penelitian.

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Beli Buah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang ditentukan dalam jumlah tertentu dan kriteria. Adapun kriteria nya yaitu :

1. Pernah membeli dan mengkonsumsi produk dari Toko Beli Buah dalam kurun waktu 3 bulan terakhir baik secara *online/offline.*
2. Pengguna Instagram yang menjadi pengikut akun belibuah.official.
3. Berusia ≥15 tahun.
4. Sampel yang memenuhi kriteria akan diberikan kuesioner *online* dan dihubungi melalui *direct message* pada masing-masing akun.
5. Responden terpilih adalah sampel yang memenuhi kriteria dan yang bersedia mengisi kesioner *online* yang dibagikan dalam kurun waktu 2 minggu.

Karena jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dan tidak terhingga, maka sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan dengan menggunakan Rumus Lemeshow tingkat kepercayaan 95% sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\,\alpha/2)^2 \,.\, P\,(1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Dengan: n Jumlah sampel
$Z\,\alpha/2$ Skor Z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96
P Proporsi maksimal estimasi = 0,5
d *Sampling error* 10% = 0,1

Dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui jumlah sampel sebesar 96,04 sampel, namun untuk mempermudah dalam penelitian maka sampel dibulatkan menjadi 100 sampel.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal, yaitu persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Responden akan menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban menggunakan Skala Likert dengan 5 kategori dari Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS). Kemudian jawaban tersebut akan diberi skor dari 1 sampai dengan 5.

Analisis Data

Analisis data yang dipilih adalah analisis deskriptif, Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Dengan "menggunakan statistik deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum.

Deskripsi selanjutnya adalah melakukan pengkategorian skor yang diperoleh dari masing-masing variabel. Adapun cara yang digunakan dengan mengidentifikasikan kecenderungan skor rata-rata data pengelompokkan tersebut menggunakan rumus (Sudijono, 2012: 40-41), sebagai berikut:

Tabel 1. Kecenderungan skor rata-rata

No	Kecenderungan Skor Rata-rata	Kategori
1	X > (M + 1,5 SD)	Sangat Baik
2	M + 0,5SD < X ≤ M + 1,5 SD	Baik
3	M – 0,5SD < X ≤ M + 0,5SD	Sedang
4	M – 1,5 SD < X ≤ M – 0,5 SD	Kurang Baik
5	X ≤ (M – 1,5 SD)	Sangat Kurang Baik

Sumber: Sudijono, 2012

Dengan: Mi: ½ (skor tertinggi+skor terendah)
SDi : 1/6 (skor tertinggi – skor terendah)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah identitas responden yang menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan bulanan. Karakteristik responden dapat ditegaskan pada Tabel 2:

Tabel 2. Karakteristik responden

Karakteristik Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	29	29%
Perempuan	71	71%
Usia		
<18	2	2%
18-28	57	57%
29-39	40	40%
>40	1	1%
Pekerjaan		
Wiraswasta	25	25%
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Pegawai Swasta	25	25%
Lainnya	30	30%
Pendapatan (Per-bulan)		
<Rp 1.000.000	18	18%
Rp 1.000.000-3.000.000	39	39%
>Rp 3.000.000	43	43%

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Jenis Kelamin. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 orang (29%) dan perempuan dengan jumlah 71 orang (71%) Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan.

Yang menyebabkan tingkat konsumsi buah pada laki-laki lebih sedikit dibanding perempuan yaitu laki-laki cenderung tidak menyukai makanan ringan/tidak mengenyangkan karena tingkat aktivitas fisiknya lebih tinggi dibanding perempuan. Hal ini sesuai dengan *dalam Wulansari (2009)*, bahwa laki-laki lebih menyukai makanan yang mengenyangkan sehingga asupan makanan pada laki-laki cenderung lebih tinggi karbohidrat dan lemak dibanding buah.

Usia. Responden dengan usia kurang dari 18 tahun berjumlah 2 orang (2%), kategori usia 18 sampai dengan 28 tahun berjumlah 57 orang (57%), kategori usia 29 sampai dengan 39 tahun berjumlah 40 orang (40%), dam kategori usia 40 tahun berjumlah 1 orang (1%). Dapat disimpulkan bahwa, mayoritas responden adalah anak muda yang berusia 18 hingga 28 tahun yaitu sebesar 57 orang.

Kecukupan konsumsi buah dan sayur pada kelompok umur remaja sangat penting karena memiliki banyak sekali manfaat bagi kesehatan. Hal ini sesuai dengan pendapat Silalahi (2006), yaitu kebutuhan remaja terkait konsumsi buah harus tercukupi, karena buah merupakan sumber vitamin dan mineral serta sebagai penetral kadar kolesterol darah terutama yang berasal dari pangan hewani. Maka, dengan mengonsumsi buah dalam jumlah cukup, kadar kolesterol dapat terkontrol.

Pekerjaan. Responden yang mempunyai pekerjaan wiraswasta berjumlah 25 orang (25%), pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 20 orang (20%), pekerjaan pns berjumlah 0 orang (0%), pegawai/swasta berjumlah 25 orang (25%) dan lainnya berjumlah 30 (30%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu mempunyai pekerjaan diluar dari pilihan yang yang ada pada kuisioner sebanyak 30 orang.

Pendapatan (per-bulan). Responden yang mempunyai tingkat pendapatan <Rp 1.000.000 berjumlah 18 orang (18%), tingkat pendapatan Rp 1.000.000-3.000.000 berjumlah 39 orang (39%) dan tingkat pendapatan >Rp 3.000.000 berjumlah 43 orang (43%) Hal ini dapat disimpulkanbahwa sebagian besar responden yaitu mempunyai tingkat pendapatan <Rp 3.000.000 berjumlah 43 orang.

Penelitian MacFarlane (2007) *dalam Bahria (2009)* menyatakan bahwa masyarakat yang status ekonominya tinggi selalu tersedia sayuran saat makan malam dan buah di rumah sehingga tingkat konsumsi buah dan sayur lebih tinggi dibanding dengan keluarga yang ekonominya rendah.

Deskripsi Data Penelitian

Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan dari data yang telah diolah dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, modus, dan standar deviasi. Selain itu juga disajikan tabel distribusi kategorisari masing-masing persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin. Berikut ini rincian hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26.0

Tabel 3. Deskripsi Data Penelitian

		Persepsi Konsumen	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		146.5000	78.4900	68.0100
Median		142.0000	76.5000	67.0000
Mode		142.00[a]	75.00	65.00[a]
Std.Deviation		15.65893	8.10598	8.43094
Minimum		57.00	29.00	30.00
Maximum		123.00	66.00	55.00

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Di Toko Beli Buah Banjarmasin. Diperoleh skor tertinggi sebesar 180,00 dan skor terendah sebesar 123,00. Hasil analisis harga mean (M) sebesar 146,50; median (Me) sebesar 142,00; modus (Mo) sebesar 142,00; dan standar deviasi (SD) sebesar 15,65.

Penentuan kecenderungan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin, dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan sebagai berikut.

Tabel 4. Karakteristik responden

No	Skor	Kategori	Frekuensi	(%)
1	x > 144	Sangat Baik	36	36
2	120 < X ≤ 144	Baik	64	64
3	96 < X ≤ 120	Sedang	0	0
4	72 < X ≤ 96	Kurang Baik	0	0
5.	X ≤ 72	Sangat Kurang Baik	0	0

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah di Banjarmasin berada pada kategori baik (64%).

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk, Diperoleh skor tertinggi sebesar 95,00 dan skor terendah sebesar 66,00. Hasil analisis nilai mean (M) sebesar 78,49; median (Me) sebesar 76,50; modus (Mo) sebesar 75,00; dan standar deviasi (SD) sebesar 8,10.

Penentuan kecenderungan persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko Beli Buah di Banjarmasin, dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan sebagai berikut

Tabel 5. Kategorisasi Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk

No	Skor	Kategori	Frekuensi	(%)
1	X > 77	Sangat Baik	43	43
2	64 < X ≤ 77	Baik	57	57
3	51 < X ≤ 64	Sedang	0	0
4	38 < X ≤ 51	Kurang Baik	0	0
5.	X ≤ 38	Sangat Kurang Baik	0	0

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan dari frekuensi persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko Beli Buah Banjarmasin berada pada kategori baik (57%).

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kesesuaian atau kepuasan konsumen atas suatu produk. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Meskipun sebagian besar konsumen memberi penilaian kualitas produk di Toko Beli Buah di Banjarmasin dalam kategori baik, tetapi masih terdapat keluhan sebagai berikut :

Tabel 6, Keluhan Konsumen Toko Beli Buah di Banjarmasin terhadap Kualitas Produk

No.	Kritik dan Saran	Jumlah
1	Harga masih cenderung mahal di Toko Beli Buah Banjarmasin	2
2	Pada bagian gambar menu di sosial media berbeda dengan produk di *display* saat datang ke Toko Beli Buah Banjarmasin	1

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada Tabel 6, dapat di disimpulkan Dengan diperoleh data tersebut maka Toko Beli Buah Banjarmasin harus menyesuaikan harga dan kualitasnya, serta menyesuaikan dengan menu produk dengan apa yang ada di menu tersebut sehingga kualitas prorduknya menciptakan kepuasan konsumen.

Tabel 7 Keluhan Konsumen Toko Beli Buah di Banjarmasin terhadap Kualitas Pelayanan.

No	Kritik dan Saran	Jumlah
1	Ruangan kurang luas	2
2	Parkiran untuk mobil terbatas	5
3	Pengantaran pesanan oleh kurir terlambat	2

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada Tabel 7, dapat di disimpulkan Dengan diperoleh data tersebut maka Toko Beli Buah Banjarmasin harus memperluas ruangan toko tersebut, memperluas tempat parkiran & menjaga ketepatan waku untuk pengantarann produk sampai ketangan konsumen sehingga kualitas prorduknya menciptakan kepuasan konsumen.

Penggambaran Persentase Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin. Penentuan kecenderungan

variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan Di Toko Beli Buah Di Banjarmasin dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan sebagai berikut:

Tabel 8 Penggambaran Persentase Variabel Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin.

Jumlah Butir Soal	Variabel	Jumlah	Persentase %
19	Kualitas Produk	7.849	53,58
17	Kualitas Pelayanan	6.801	46,42
Total		14.650	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada Tabel 8, dapat di disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan penilaian persepsi konsumen yang paling dominan dengan persentase sebesar 53,58%, sedangkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan persentase sebesar 46,42%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang "persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko Beli Buah Banjarmasin berada pada kategori berada pada kategori baik sebanyak 57%, dan sangat baik 43%.
2. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Toko Beli Buah Banjarmasin berada pada kategori sangat baik sebanyak 33%, berada pada kategori baik sebanyak 57%, dan berada kategori sedang sebanyak 10%.

Saran

Saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dengan diperoleh data pada penelitian ini, maka Toko Beli Buah sebaiknya menyesuaikan harga dan kualitasnya, serta menyesuaikan dengan menu produk dengan apa yang ada di menu tersebut sehingga kualitas prorduknya menciptakan kepuasan konsumen.
2. Dengan diperoleh data pada penelitian ini, maka Toko Beli Buah seabiknya memperluas ruaangan toko tersebut, memperluas tempat parkiran & menjaga ketepatan waku untuk pengantarann produk sampai ketangan konsumen sehingga kualitas prorduknya menciptakan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Bahria. (2009). Hubungan antara Pengetahuan Gizi, Kesukaan dan Faktor Lain dengan Konsumsi Buah dan Sayur pada Remaja di 4 SMA di Jakarta tahun 2009. Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Depok

Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata alam Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Wisata Huluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. Junral Online Mahasiswa **(**JOM**)** Universitas Riau, 4(2), 1-11.

Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control. Terjemahan. Edisi kedelapan, jilid I. Jakarta: Penerbit Prenhallindo. 2009. PT Macanan Jaya Manajemen Pemasaran. Jakarta.

Meldarianda dan Lisan. (2010). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Atmosphere. Jurnal. Bandung Vol17 (2), Hal 97- 108.

Mac Farlane, Abbie, *et al.* (2007). *Adolescent Home Food Environment and Socioeconomic Position. Asia Pac J Clin Nutr*;16 (4): 748-756.

Ratminto dan Winarsih Atik Septi. (2008). Manajemen Pelayanan publik. Penerbit Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.

Silalahi. (2006). Makanan Fungsional. Kanisius. Yogyakarta. h.118-24.

Wijaya, Irwan (2009). Perilaku Organisasi. Sinar Baru. Bandung.

Wulansari, Natalia Dessy. (2009). Konsumsi serta Preferensi Buah dan Sayur Pada Remaja SMA dengan Status Ekonomi yang Berbeda di Bogor IPB. Bogor.