

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS RANTAU DI UD. PUTRA SULTAN

Verdiyanto
verdian840@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Feti Fatimah
Fetifatimah@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Haris Hermawan
harishermawan@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
jember

Abstract

The rapid development of today's business is increasingly dynamic, causing companies to be faced with conditions of intense competition, one of which is a company engaged in the sale of basic commodities, namely rice. The more businesses that have sprung up from time to time, the higher the number of similar businesses has been. This can tighten competition. So that at UD. Putra Sultan Besuki must create an attractive strategy for consumers. The purpose of this study was to test and analyze the effect of product quality, price and packaging on purchasing decisions at UD. Putra Sultan Besuki. This research uses a quantitative type with a descriptive approach. The population of this research is UD. Putra Sultan Besuki's consumers who made purchases more than twice. 70 respondents were used as sample, and multiple linear regression analysis. The results show that product quality, price, and packaging have a positive and significant influence on purchasing decisions for Rantau Rice at UD. Putra Sultan Besuki.

Keywords: *Product Quality; Price; Packaging; Purchase Decision.*

1. PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai negara agraris yang terbukti sebagian besar penduduknya bermatapencaharian sebagai petani dan menghasilkan pangan seperti beras. Agen selalu memiliki pilihan yang berbeda untuk produk mereka agar berkinerja lebih baik daripada produk lain. Untuk membuat suatu produk lebih kompetitif, kita perlu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan volume penjualan. Kemampuan menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang tepat wajib dimiliki pada setiap produsen agar meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen. Apabila produk yang dijual berkualitas baik dengan harga yang wajar, harapannya mampu bersaing dengan kompetitor yang sejenis. Volume harga penjual dapat dipengaruhi dari harga dan kualitas produk. Pertumbuhan penduduk yang mengarah pada

peningkatan permintaan tanaman pangan khususnya beras harus berbanding lurus dengan meningkatnya produktivitas padi. Langkah yang dapat meningkatkan produktivitas padi adalah dengan menambah perluasan lahan untuk memenuhi kebutuhan daerah.

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa produksi padi sepanjang tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 89.470 ton atau setara dengan 1,56% apabila produksi padi dijadikan beras sebagai bahan pangan penduduk yang setara dengan 5.650.000 ton beras dibandingkan dengan tahun 2020 yang sebesar 5.740.000 ton. Bulan Maret tahun 2021 memiliki produksi beras yang tertinggi mencapai 1.270.000 ton. Pada tahun 2022 produksi beras tertinggi terjadi pada bulan November. Sementara itu, pada bulan Januari 2021 memiliki produksi beras yang terendah senilai 1.270.000 ton. Diperkirakan bulan Januari 2022 produksi beras mencapai

160.000ton beras dan potenai produksi beras sebesar 2.590.000ton sepanjang pada periode Februari-November 2022. Dapat diperkirakan pada Subround Januari-November 2022 produksi beras mengalami kenaikan sebesar 50.000ton atau senilai 2% dengan hasil produksi mencapai 2.740.000ton beras dibandingkan pada Januari-November 2021 dengan hasil produksi senilai 2.690.000ton beras.

Persaingan yang ketat dapat memberikan posisi pemasar untuk terus berkembang dan merebut market share. Supaya dapat menarik konsumen untuk membeli maka strategi yang baik dalam packaging harus dimiliki. Menariknya kemasan dapat memberikan nilai plus dan konsumen dapat membedakan bentuk dan mutu produk yang hampir sama. (Armstrong, 2016) mengartikan kemasan sebagai aktivitas merancang serta memproduksi pengemasan suatu produk. Kemajuan teknologi telah menjadikan kemasan produk tidak hanya menarik bagi konsumen, namun sebagai alat guna meningkatkan daya saing. Fungsi packaging telah berkembang sebagai alat promosi yang menjadikan packaging sangat berperan andil dalam membangkitkan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Pemberian nama terhadap produk kemasan memiliki tujuan guna memperoleh tanggapan positif dari konsumen. Tanggapan positif dari konsumen dapat dibentuk dari variasi yang terus bertambah menurut hasil produk sebagai trik guna meningkatkan minat beli konsumen.

Pada penelitian (Sahir, 2020), (Manoy & Mananeke, 2021) menghasilkan kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, searah dengan penelitian (Syamsidar & Soliha, 2019), (Lianardi & Chandra, 2019) dengan hasil bahwa kualitas produk secara signifikan

mempengaruhi keputusan pembelian. Pada penelitian (Nasution & Lesmana, 2018), (Noviyanti et al., 2021) memaparkan terkait harga yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, pada penelitian (Prilano et al., 2020), (Fatimah, 2016) sepadan dengan penelitian sebelumnya bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Pada penelitian (Risca Juliana et al., 2021) memaparkan bahwa *packaging* secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini searah dengan (Hafid, 2022), (Pramudita & Antika, 2021) yang memaparkan *packaging* secara signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada UD. Putra Sultan di Besuki sebagai perusahaan yang berkecimpung pada bidang industri pengolahan padi menjadi beras atau penggilingan padi. Bapak Zeinurosi ialah pendiri perusahaan pada tahun 2011 yang berlokasi di Desa Widoro Payung kecamatan Besuki. Pada awalnya UD. Putra Sultan di Desa Widoro Payung kecamatan Besuki merupakan usaha kecil, hanya dengan kapasitas giling 300kg per jam. Namun seiring berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang dan tingginya hasil padi dari petani, serta semakin meningkatnya jumlah permintaan beras, maka industri penggilingan padi tersebut dipeluas guna dapat menampung seluruh padi dari para petani. Pada tahun 2015 usaha di UD. Putra Sultan memperbesar kapasitasnya menjadi 1,2 ton per jam, karena setiap tahun permintaan beras semakin meningkat maka pada tahun 2017 perusahaan ini memperbesar lagi kapasitasnya menjadi 3,5 ton per jam dan padi tidak perlu di jemur lagi di karenakan sudah menggunakan dryer/oven padi sehingga dalam waktu satu hari bisa mengeringkan padi 100ton

lebih. Jadi padi yang baru datang dari petani tidak perlu lagi di jemur melainkan langsung di dryer/open sehingga padi yg dihasilkan lebih baik dari pada padi yg di jemur. Perbedaan padi yang dijemur sama yang di dryer/open yaitu kalau padi yang di jemur ketikan sudah di giling menjadi beras terdapat batu-batu kecil dan proses penjemuran memakan tempo yang cenderung lama belum lagi kalau musim penghujan. Sedangkan kalau memakai dryer/open padi yang baru datang dari petani tanpa perlu dijemur lagi karena sudah ada dryer/open dan tidak memakan waktu yang cukup lama, hasil padi juga tidak ada batu-batu kecil. UD. Putra Sultan Besuki pada dasarnya memiliki beberapa pesaing dan juga harga yang ada cenderung lebih murah dari produk pesaing yang menjual produk serupa.

UD. Putra Sultan Besuki pada lima tahun terakhir trend penurunan penjualan dan fluktuasi setiap tahunnya, pada tahun 2018 terjual beras sebanyak 5.400 ton dan pada tahun 2021 terjual beras sebanyak 3.600 ton, hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak menetap membeli produk beras di UD. Putra Sultan sehingga lebih memilih melakukan pembelian di perusahaan yang lain. Hal ini di akibatkan karena beras yang ada di UD. Putra Sultan masih terdapat beras yang patah-patah dan juga masih terdapat batu-batu kecil yang terdapat di beras tersebut. dengan kualitas produk beras yang dihasilkan dapat mempengaruhi harga yang diberikan terhadap konsumen. Namun dari segi *packaging* produk UD. Putra Sultan kurang menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kemasan yang ada di UD. Putra Sultan masih menggunakan plastik, dimana ini bertujuan supaya pembeli dapat melihat langsung dan mengetahui kualitas

produk beras yang ada di UD. Putra Sultan. *Packaging* yang ada masih kalah dengan pesaing, dimana pesaing yang ada sudah memakai materi yang lebih baik dari materi yang dipakai di UD. Putra Sultan. Perlunya meningkatkan kualitas produk, harga dan *packaging* untuk menarik minat beli konsumen agar dapat meningkatkan penjualan beras yang ada di UD. Putra Sultan. Berdasarkan fenomena yang terjadi maka peneliti ingin menguji dan menganalisa tentang kualitas produk, harga dan *packaging* yang ada di UD. Putra Sultan.

2. METODE PENELITIAN

Perencanaan penelitian ialah perencanaan proses yang diperlukan untuk merencanakan dan melakukan seluruh penelitian, serta proposal guna menyelesaikan problem, serta agenda tindakan yang dibuat oleh peneliti guna memecahkan masalah. Penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang merupakan metode untuk mengkaji status golongan individu, objek, ruang, situasi, serta mindset. Pendekatan diskriptif dengan metode survei ke konsumen digunakan dalam penelitian ini. Pelaksanaan pada keputusan pembelian beras rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Dalam pengumpulan data penelitian ini digunakan teknik penelitian kepustakaan serta penelitian lapang.

Penelitian kepustakaan dilaksanakan dengan membaca jurnal atau buku-buku tentang masalah penelitian, sedangkan penelitian lapangan dilakukan langsung di lapangan melalui observasi, wawancara dan survei. Kemudian, untuk lebih menentukan rumusan masalah, mengumpulkan data dan menganalisis data yang diperoleh untuk menarik

kesimpulan tentang masalah yang diteliti. Populasi yang diambil ialah konsumen yang pernah melakukan minimal 2x pembelian di UD. Putra Sultan Besuki, dengan jumlah sampel 70 orang dan menggunakan purposive sampling. alat analisis yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	R tabel 5% (70)	R Hitung	Signifikan	Keterangan
Kualitas produk (X1)				
X1.1	0,23	0,849	0,000	Valid
X1.2	0,23	0,853	0,000	Valid
X1.3	0,23	0,855	0,000	Valid
X1.4	0,23	0,858	0,000	Valid
X1.5	0,23	0,800	0,000	Valid
Harga (X2)				
X2.1	0,23	0,904	0,000	Valid
X2.2	0,23	0,885	0,000	Valid
X2.3	0,23	0,900	0,000	Valid
Packaging (X3)				
X3.1	0,23	0,886	0,000	Valid
X3.2	0,23	0,864	0,000	Valid
X3.3	0,23	0,885	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
Y1.1	0,23	0,883	0,000	Valid
Y1.2	0,23	0,874	0,000	Valid
Y1.3	0,23	0,914	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, November 2022

Tabel 1 menunjukkan valid pada seluruh variabel, nilai dari r hitung > r tabel yakni 0,232 dan nilai signifikansi < 0,05 maka instrumen disebut valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,60	0,815	Reabilitas diterima
Harga (X2)	0,60	0,861	Reabilitas diterima
Packaging (X3)	0,60	0,856	Reabilitas diterima
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,860	Reabilitas diterima

Sumber: Data Primer diolah, November 2022.

Dari Tabel 2 terlihat dari hasil SPSS seluruh variabel yang diperoleh hasil uji reliabilitas memiliki skor total > 0,60 sehingga dianggap reliabel. Sesuai dengan klaim penelitian sebelumnya bahwa jika Cronbach's Alpha > 0,60 maka kuesioner reliabel.

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Error Std.	Beta	Std.		
1 (Constant)	2.043	.535			3.817	0.000
Kualitas Produk	0.218	.069	.378		3.166	0.002
Harga	0.223	.089	.264		2.503	0.015
Packaging	0.291	.110	.317		2.638	0.010

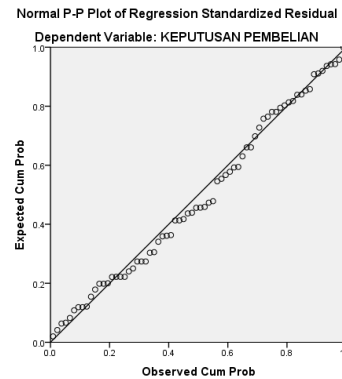
Sumber: Olah Data Pirmer, November 2022.

Berdasarkan tabel 3 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,043 + 0,218X_1 + 0,223X_2 + 0,291X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = Kostanta Sebesar 2,043 menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan *packaging* dinilai konstan, maka keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki memiliki hubungan positif sebesar 2,043 Koefisien positif variabel kualitas produk (X1) pada keputusan pembelian (Y) yakni senilai 0,218. Dapat diartikan untuk setiap penambahan variabel kualitas produk 1, kualitas produk Beras Rantau pada UD. Putra Sultan Besuki meningkat senilai 0,218. Maka, kualitas produk berhubungan positif dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Variabel harga (X2) memiliki koefisien keputusan pembelian (Y) yang positif dengan nilai sebesar 0,223. Maka, setiap variabel harga yang ditambahkan senilai 1 maka harga Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuk mengalami peningkatan senilai 0,223. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga berhubungan positif dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Beras Rantau pada UD. Putra Sultan Besuk. Arah koefisien keputusan pembelian variabel paket (X3) adalah positif (Y) dengan nilai 0,291. Artinya untuk setiap paket tambahan variabel 1 adalah paket Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki meningkat senilai 0,291. Hal tersebut dapat diketahui bahwa kemasan mempunyai hubungan positif dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Beras Luar Negeri di UD. Putra Sultan Besuki.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas.

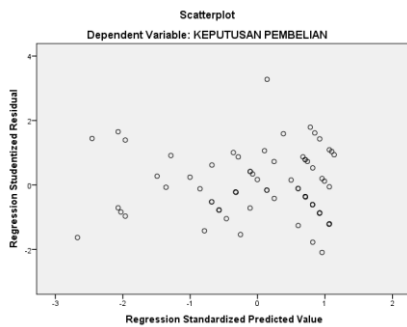
Gambar1 dapat dilihat Standardized Residual dependent variabel Y. gambar grafik tersebut dinyatakan beredar secara normal karena menunjukkan titik-titik menurut garis diagonal.

Tabel 4 Hasil Multikolonieritas

Variabel	Tolerenc e	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.160	6.236	Tidak Ada Multikolonieritas
Harga (X2)	0.206	4.865	Tidak Ada Multikolonieritas
Packagin g (X3)	0.159	6.304	Tidak Ada Multikolonieritas

Sumber: Olah Data Primer, November 2022.

Dari Tabel 4 seluruh variabel independen mempunyai nilai toleran > 0,1 dan nilai VIF < 10. Ghozali (2013) menyatakan nilai cut-off biasanya dipakai guna menunjukkan adanya multikolinearitas yang merupakan nilai toleransi < 10 atau = VIF > 0,1. Dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tak terjadi.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Gambar 2 menunjukkan titik-titik di atas dan dibawa oleh angka nol padasumbu Y dengan acak. Kesimpulannya, bahwa tidak terdapat varians variabel dalam model regresi. Sesuai Ghozali (2013) yang memaparkan jika sampel yang jelas tidak ada dan titik-titiknya berada di atasdan di bawah nol pada sumbu Y maka perubahan varian tak terjadi.

Tabel 5 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikasi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	3.166	0.002	Signifikan
Harga (X2)	2.503	0.015	Signifikan
Packaging (X3)	2.638	0.010	Signifikan

Sumber: Olah Data Primer, November 2022

Tabel 5 di atas dapat diartikan hasil uji-t yaitu menunjukkan t hitung senilai 3,166 dari variabel kualitas produk dengan nilai signifikan 0,002<; 0,05 (=5%) maka Ho ditolak dan HI terima. Maka, dapat dipahami bahwa variabel kualitas produk cenderung mempengaruhi keputusan pembelian beras rantau di UD. Putra Raja Besuki. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung senilai 2,503 dari variabel harga dengan nilai signifikan 0,015 <; 0,05 (=5%) maka Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian dapat dipahami bahwa variasi harga secara relevan mempengaruhi keputusan pembelian

beras rantau di UD. Putra Raja Besuki. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung senilai 2,638 dari variabel kemasan dengan nilai signifikan 0,010 < 0,05 (=5%) maka Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian dapat dipahami bahwa variabel kemasan secara berarti mempengaruhi keputusan pembelian beras rantau pada UD. Putra Raja Besuki.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi Berganda R2

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	0.921 ^a	0.849	0.842	0.88856

Sumber: Olah Data Primer November 2022

Tabel 6 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R2) senilai 0,842, artinya 84,2% perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, dan kemasan, sedangkan sisanya 15,8% berasal dari beberapa faktor lain yang tidak tercantum dalam persamaan regresi yang dibangun.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama ialah kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian beras rantau UD. Putra Sultan Besuki, dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t senilai 3,166 dengan nilai signifikansi 0,002<; 0,05 (=5%), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Maka, artinya variabel kualitas produk signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Beras rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Kualitas produk yang diterapkan oleh Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki pertama kinerja (*Performances*), kualitas kinerja yang dimiliki karyawan UD. Putra Sultan Besuki dalam mengolah padi menjadi

beras yang siap konsumsi sangat baik. Kedua fitur (*features*), UD. Putra Sultan Besuki sudah memiliki fitur modern. Dalam artian UD. Putra Sultan sudah memiliki open, alat ini digunakan pada saat padi datang bisa langsung di masukan ke open tanpa menjemur lagi padi tersebut. Sehingga pekerjaan atau proses saat mengola padi menjadi beras tidak memakan waktu yang lama dan hasil beras juga memiliki kualitas yang terjamin. Ketiga keterandalan (*Reliability*), karyawan UD. Putra Sultan Besuki memiliki kehandalan dalam melakukan pekerjaannya, sehingga proses produksi beras menjadi optimal. Keempat daya tahan (*Durability*), produksi beras yang dihasilkan UD. Putra Sultan Besuki memiliki daya tahan yang cukup lama dikarenakan proses produksi beras memiliki kualitas yang baik. Dan kelima estetika (*Aesthetics*), pada desain bungkus/*packaging* produk beras UD. Putra Sultan Besuki memiliki unsur keindahan agar menarik minat konsumen untuk membeli dan sebagai sarana untuk promosi.

Hipotesis kedua adalah harga signifikan mempengaruhi keputusan pembelian asing di UD. Putra Sultan Besuki, dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi t-angka 2,503 variabel harga senilai $0,015 < 0,05 (=5\%)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, artinya variabel harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Harga yang diterapkan oleh Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki yaitu pertama keterjangkauan harga, harga yang diberikan UD. Putra Sultan Besuki terhadap produk yang dihasilkannya dapat dicapai oleh para konsumen. Keterjangkauan harga yang diberikan tentunya akan menjadi daya tarik untuk konsumen membeli beras

UD. Putra Sultan Besuki. Kedua daya saing harga, dengan kualitas produk yang dihasilkan serta harga yang memiliki keterjangkauan akan memiliki daya saing dengan produk yang serupa. Hal ini UD. Putra Sultan Besuki memiliki daya saing yang kuat dengan produk yang sejenis. Dan ketiga harga mempengaruhi daya beli konsumen, UD. Putra Sultan Besuki memiliki harga yang ekonomis dan produk dengan bobot yang bagus, sehingga dapat memberi pengaruh terhadap daya beli konsumen guna melakukan pembelian di UD. Putra Sultan. Besuki.

Hipotesis ketiga ialah kemasan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi t-angka 2,638 variabel paket $0,010 < 0,05 (=5\%)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel kemasan dengan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. *Packaging* yang diterapkan Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki yaitu pertama desain kemasan, UD. Putra Sultan Besuki memiliki desain kemasan yang menarik dan dapat menjaga kualitas beras yang dihasilkan. Desain kemasan juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi UD. Putra Sultan Besuki. Kedua kemasan yang praktis, Kemasan yang produk beras UD. Putra Sultan Besuki memiliki kesan yang simpel dan praktik untuk dibawa. dan ketiga logo dan label, merek yang dimiliki UD. Putra Sultan Besuki memiliki logo dan label yang menarik dan logo dan label berisikan informasi yang lengkap. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Pramudita & Antika, 2021). Kesimpulannya bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk dan kemasan secara simultan

mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Hasil penelitian (Rischa Juliana et al., 2021) dan (Hafid, 2022) juga menunjukkan bahwa variabel kemasan produk dengan simultan berpengaruh kuat dan sepihak terhadap keputusan pembelian minuman ringan konsumen.

KESIMPULAN

Menurut datayang diperoleh dan di analisis, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam meningkatkan kualitas produknya, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. Harga dapat berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian Beras Rantau UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam menetapkan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki. *Packaging* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki, hasil temuan ini berarti semakin baik Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki dalam mengemas atau mendesain produk beras, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan Besuki.

Peneliti menyarankan agar Beras Rantau dapat kembali mengoptimalkan kualitas produk untuk meningkatkan

kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Disarankan agar Beras Rantau dapat menawarkan harga yang lebih efektif kepada masyarakat, sehingga harga yang ditawarkan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Disarankan agar Beras Rantau dapat memperbaiki produk dari segi kemasan agar lebih memudahkan konsumen dalam membawa dan memenuhi kebutuhannya. Bagi peneliti selanjutnya, memperbanyak sampel agar hasil penelitian lebih tepat sasaran. Dan saran kedua adalah mengembangkan lebih banyak variabel dengan memperbanyak variabel advertising and marketing mix agar pemahaman faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Fatimah, F. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sebuah Ritel Di Desa Balung Lor Balung-Jember. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper*, 15(2), 1–23.
- Hafid, A. (2022). *Pengaruh Cita Rasa , Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makassar*. 1(2), 1–9.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni

- Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58.
- Manoy, T. I., & Mananeke, L. (2021). the Influence of Product Quality and Service Quality Toward Purchase Decisions At Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.
<https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Pramudita, R. A., & Antika, R. W. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 290.
<https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.939>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2021). Pengaruh Kemasan & Harga Terhadap Keputusan Pembelian minuman coffeedicafecyclo Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 185–193.
- Sahir, S. H. (2020). *Kreasi Bersama Medan Oleh: The Influence Of Promotion And Quality Of Products Against Product Purchase Decision On Cv Multi Kreasi* Pendahuluan Assauri menyatakan bahwa kualitas produk merupakan yang terdaapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan. 10(2).
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, Vol.26(2), 146–154.