

## The Effect Of Product Quality And Product Packaging On Purchasing Decisions Of Caca Cassava Chips In Lahat City

### Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Caca Di Kota Lahat

Rini Asti Anggraini <sup>1)</sup>; Darwin Kesuma <sup>2)</sup>; Mujari <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Study Program of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat  
Email: <sup>1)</sup> [riniapatari123rini@gmail.com](mailto:riniapatari123rini@gmail.com), <sup>2)</sup> [darwinkesuma80@gmail.com](mailto:darwinkesuma80@gmail.com), <sup>3)</sup> [mujari292726@gmail.com](mailto:mujari292726@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 October 2025]

Revised [02 January 2026]

Accepted [06 January 2026]

#### KEYWORDS

Product Quality, Product Packaging, and Purchasing Decisions.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini antara lain: untuk ntuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik singkong Caca di Kota Lahat, untuk mengetahui pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian keripik singkong Caca di Kota Lahat dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kemasan produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian keripik singkong Caca di Kota Lahat. Sampel penelitian ini adalah konsumen keripik singkong Caca di Kota Lahat yang berjumlah 250 orang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan sumber data diantaranya: data primer, data sekunder, populasi dan sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah: observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden. Serta menggunakan alat ukur validitas dan reliabilitas, uji prasyarat analisis, selanjutnya menggunakan metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis berupa uji t dan uji F. Serta koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 23.0. Dari hasil penelitian tersebut, dilihat secara parsial dengan uji t bahwa variabel kualitas produk dengan t hitung > dari t tabel atau 3,812 > 2,661, maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat peparuh yang signifikan antara variable kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian dan variabel kemasan produk dengan t hitung > dari t tabel atau 4,049 > 2,661, maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat peparuh yang signifikan antara variable kemasan produk terhadap variabel keputusan pembelian. Dari hasi uji F dengan tingkat signifikan 5 % dan dk pembilang 3 dan dk penyebut 250 adalah sebesar 2,64. Dari hasi uji hipotesis tersebut maka keputusan yang diambil adalah menolak Ho dan Ha diterima, artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kemasan secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

#### ABSTRACT

The objectives of this research include: to determine the effect of product quality on purchasing decisions of Caca cassava chips in Lahat City, to determine the effect of product packaging on purchasing decisions of Caca cassava chips in Lahat City and to determine the effect of product quality and product packaging together on purchasing decisions of Caca cassava chips in Lahat City. The sample of this research is consumers of Caca cassava chips in Lahat City, totaling 250 people. This research uses quantitative research, using data sources including: primary data, secondary data, population and samples. Data collection methods used are: observation, interviews and distribution of questionnaires to a number of respondents. As well as using validity and reliability measuring tools, analysis prerequisite tests, then using data analysis methods using multiple regression analysis, hypothesis testing in the form of t-tests and F-tests. As well as correlation coefficients and determination coefficients. Data analysis in this study uses SPSS 23.0. From the research results, a partial t-test showed that the product quality variable had a calculated t-value > t-table value, or 3.812 > 2.661. Therefore, Ho was rejected and Ha was accepted. This indicates a significant influence between the product quality variable and the purchasing decision variable. The product packaging variable had a calculated t-value > t-table value, or 4.049 > 2.661. Therefore, Ho was rejected and Ha was accepted. This indicates a significant influence between the product packaging variable and the purchasing decision variable. The F-test results, with a significance level of 5% and a numerator df of 3 and a denominator df of 250, were 2.64. Based on the results of this hypothesis test, the decision was made to reject Ho and accept Ha. This means that the product quality and packaging variables collectively have a significant influence on the purchasing decision variable.

## PENDAHULUAN

Berdasarkan survey awal yang dilakukan, kemasan produk Keripik singkong Caca Kota Lahat yang masih memiliki kemasan yang sederhana dan simple. Namun cita rasa yang dimiliki oleh Keripik Singkong ini mampu memuaskan konsumen akan tetapi selain kualitas produk yang masih belum memuaskan konsumen kemasan yang disajikan pun masih dibawah standar produk saat ini. Kemasan yang disajikan masih dalam bentuk biasa, menggunakan plastik bening atau kiloan sehingga dianggap kurang menarik oleh konsumen. Berikut hasil survei lapangan yang menunjukkan bahwa pada tiga

tahun terakhir-terakhir jumlah pelanggan Keripik Singkong. Untuk mengetahui lebih jelas perkembangan dan pemasaran keripik singkong dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1 Data Pelanggan Keripik Singkong Caca Kota Lahat tahun 2025**

| No. | Bulan        | JumlahPelanggan(Orang) |
|-----|--------------|------------------------|
| 1.  | Januari      | 30                     |
| 2.  | Februari     | 38                     |
| 3.  | Maret        | 32                     |
| 4.  | April        | 41                     |
|     | <b>Total</b> | <b>141</b>             |

Sumber: Usaha Keripik singkong Caca Kota Lahat (2025)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa pelanggan pada tahun bulan Maret tahun 2025 terjadi penurunan jumlah pelanggan yang berbelanja yaitu dari jumlah 38 orang di bulan februari menjadi 32 orang di bulan Maret tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh keputusan pembelian pelanggan yang menurun, Namun meskipun dari pelanggan itu sering ada juga yang ingin menjadi reseller yang menjual kembali produk Keripik singkong Caca Kota Lahat tersebut. Dapat diketahui bahwa jumlah reseller Keripik singkong Caca Kota Lahat berjumlah 37 orang. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Keripik Singkong tidak hanya dijual dan dibeli oleh rumah tangga, melainkan reseller yang ingin menjual kembali, dari reseller tersebut itu lah menandakan bahwa produk yang dijual oleh Keripik Singkong berkualitas dan memiliki cita rasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Produk yang mempunyai kualitas tinggi akan menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini menjadi dasar pemikiran perusahaan untuk menjaga kesetiaan pelanggan dalam tetap menjaga dan segala perubahannya yang terjadi sehingga mereka tidak berpaling pada produk-produk yang lainnya. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan tidaklah selalu semudah dibayangkan. Bagian dari kualitas produk merupakan permasalahan yang berhubungan dengan kualitas produk. Pelanggan tidak selalu mengatakan apayang mereka inginkan dan banyak produk yang kurang berhasil karena kegagalan dalam memahami aspek-aspek yang sesungguhnya yang bernilai bagi pelanggan mereka seperti kualitas produk yang handalPenulis memiliki topik dan permasalahan ini dikarenakan Kota Lahat memiliki usaha Keripik Singkong yang sudah banyak jumlah resellernya dan pelanggannya dalam kurun waktu tiga tahun. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kualitas antara merek dan kemasan yang diberikan oleh Keripik Singkong dalam memenuhi kepuasan pelanggannya selain itu juga dapat bertujuan untuk mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan.

## LANDASAN TEORI

Menurut Sumarwan (2020: 86) keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau memakai suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menangani dampak yang mungkin ditimbulkannya Terdapat beberapa indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2021: 82) sebagai berikut :

- 1) Kemantapan pada sebuah produk  
Dalam melaksanakan pembelian, konsumen memilah salah satu dari sebagian alternatif yang terdapat.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk  
Kebiasaan konsumen dalam membeli produk pula mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain  
Dalam melaksanakan pembelian, bila konsumen memperoleh manfaat yang sesuai dengan suatu produk, mereka tentu merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.
- 4) Melakukan Pembelian Ulang  
Pembelian ulang ialah pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk ataupun jasa yang diterima

Tjiptono (2020: 126) mendefinisikan kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide Juran mengemukakan lima dimensi kualitas yaitu :

1. Rancangan (*design*), sebagai spesifikasi produk.
2. Kesesuaian (*conformance*), yakni kesesuaian antara maksud desain dengan penyampaian produk aktual.

3. Ketersediaan (*availability*), mencakup aspek kedapat dipercaya, serta ketahanan, dan produk itu tersedia bagi konsumen untuk digunakan.
4. Keamanan (*savety*), aman dan tidak membahayakan konsumen.
5. Guna praktis (*field use*), kegunaan praktis yang dapat dimanfaatkan pada penggunaannya oleh konsumen

Pengertian kemasan produk Kotler dan Armstrong (2021: 186) mendefinisikan yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya Menurut Assauri (2021: 78) dalam bukunya menyebutkan bahwa kemasan yang baik harus dapat memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Harus dapat melindungi produk terhadap kerusakan, kehilangan dan kekotoran.  
Haruslah ekonomis dan praktis bagi kegiatan pendistribusian produk tersebut, hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan harus dapat memilih jenis dan cara pembungkusan dengan biaya yang relatif murah, akan tetapi dapat memberi kemudahan bagi konsumen untuk membawa dan menyimpannya.
- b. Ukuran kemasan hendaklah sesuai dengan kehendak pembeli, misalnya besar kecilnya kemasan tersebut dan bentuknya sesuai dengan kesatuan produk.
- c. Kemasan haruslah memberikan aspek deskriptif, yaitu menunjukkan merek, kualitas, yang terdapat dalam produk tersebut.
- d. Kemasan hendaknya mempunyai citra dan aspek seni.

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2021: 244) metode analisis merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021: 352) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas menggunakan metode pearson yang di proses dengan SPSS 23.0. *Item-total statistic* pada kolom *Corrected Item Total Correalation*, nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan r tabel (lihat tabel dengan terlebih dahulu mencari df-nya (derajat kebebasan) sesuai dengan data dan asumsi SPSS menggunakan tingkat signifikansi 5%. Pengambilan kesimpulannya jika nilai r hitung > dari nilai r-tabel maka butir tersebut dinyatakan valid atau menggunakan *cut off point* 0,3 jika nilainya lebih besar dari 0,3 dianggap valid.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021: 354), reliabilitas merupakan suatu konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data, disebut konstan apabila data hasil pengukuran dengan alat yang sama dan berulang-ulang akan menghasilkan data yang relatif sama. Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Crombach di proses dengan SPSS versi 23.0. Jika nilainya lebih besar dari nilai r tabel, maka bisa dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan *nilai cut off point* 0,3 maka reliabel jika nilai  $r > 0,30$ .

### Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk untuk Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021: 98). Pengujian uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20.0.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (Ghozali, 2021: 105). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi melalui Variance Inflation Factor (VIF), SPSS 23.0.

- a. Jika  $VIF > 10$  maka variabel bebas memiliki persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya
- b. Jika  $VIF < 10$  maka variabel bebas tidak mempunyai persoalan multikolinearitas

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak hanyadengan melihat pada Scatter Plot dan dilihat apakah residual memiliki pola tertentu atau tidak, pengujian ini menggunakan program SPSS versi 23.0.

### Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang berkaitan dengan analisis ini yaitu pengumpulan suatu gugus data sehingga memberikan informasi berguna. Analisis ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23.0, dengan tabel *Descriptive Statistics*.

### Analisis Statistik Inferensial

Teknik statistik yang digunakan untuk menentukan sajuh mana kebersamaan antara hasil yang diperoleh dari sampel dengan hasil yang akan di dapat pada populasi secara keseluruhan. Pengujian data dalam penelitian ini sebagai berikut:

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2021: 261) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 23.0.

### Uji-t (uji secara parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis dari penelitian ini, yaitu diduga ada pengaruh signifikan. Dengan menggunakan uji-t, pada tingkat kepercayaan 95 % atau  $\alpha = 0,05$ . Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan nilai  $T_{tabel}$ . Nilai  $T_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian *Coefficients* pada program SPSS versi 23.0.

### Uji F (uji secara simultan)

Uji F menurut Sugiyono (2012: 140) digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Uji Dilakukan dengan langkah membandingkan nilai dari  $F_{hitung}$  dengan menggunakan program SPSS versi 23.0.

### Koefesien Kolerasi

Sugiyono (2021: 231) menyatakan korelasi ganda digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan terikat. Nilai korelasi berkisar dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Jika satu variabel lain naik, variabel yang lain akan naik demikian pula sebaliknya. Tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Jika satu variabel naik, variabel yang lain malah turun. Pengujian ini menggunakan program SPSS versi 23.0.

### Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan pengaruh variabel independent terhadap perubahan variabel dependent, Nilai  $r$  Square atau Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) dapat dilihat pada hasil pengolahan data bagian model *summary* pada program SPSS versi 23.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Pengujian Validitas Variabel X1

| Pertanyaan | $r_{hitung}$ dibandingkan dengan $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------|--|------------|
| K1         | 0,595 > 0,138                                | Valid      |
| K2         | 0,483 > 0,138                                | Valid      |
| K3         | 0,723 > 0,138                                | Valid      |
| K4         | 0,816 > 0,138                                | Valid      |
| K5         | 0,565 > 0,138                                | Valid      |
| K6         | 0,497 > 0,138                                | Valid      |
| K7         | 0,326 > 0,138                                | Valid      |
| K8         | 0,760 > 0,138                                | Valid      |
| K9         | 0,314 > 0,138                                | Valid      |
| K10        | 0,802 > 0,138                                | Valid      |

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam instrument variabel kualitas produk dinyatakan valid karena r-hitung pada setiap pernyataan lebih besar dari pada r-tabel ( $> 0,138$ ). Dengan demikian butir-butir pernyataan dalam variabel kualitas produk layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 3 Uji Validitas Variabel X2**

| Pertanyaan | $r_{hitung}$ dibandingkan dengan $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------|--|------------|
| K1         | $0,847 > 0,138$                              | Valid      |
| K2         | $0,661 > 0,138$                              | Valid      |
| K3         | $0,826 > 0,138$                              | Valid      |
| K4         | $0,715 > 0,138$                              | Valid      |
| K5         | $0,900 > 0,138$                              | Valid      |
| K6         | $0,805 > 0,138$                              | Valid      |
| K7         | $0,427 > 0,138$                              | Valid      |
| K8         | $0,501 > 0,138$                              | Valid      |
| K9         | $0,834 > 0,138$                              | Valid      |
| K10        | $0,347 > 0,138$                              | Valid      |

Sumber: (Data Primer diolah Tahun 2025)

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam instrument variabel kemasan produk dinyatakan valid karena r-hitung pada setiap pernyataan lebih besar dari pada r-tabel ( $> 0,138$ ). Dengan demikian butir-butir pernyataan dalam variabel kemasan produk layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 4 Uji Validitas Variabel Y**

| Pertanyaan | $r_{hitung}$ dibandingkan dengan $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------|--|------------|
| K1         | $0,692 > 0,138$                              | Valid      |
| K2         | $0,625 > 0,138$                              | Valid      |
| K3         | $0,503 > 0,138$                              | Valid      |
| K4         | $0,620 > 0,138$                              | Valid      |
| K5         | $0,684 > 0,138$                              | Valid      |
| K6         | $0,791 > 0,138$                              | Valid      |
| K7         | $0,800 > 0,138$                              | Valid      |
| K8         | $0,513 > 0,138$                              | Valid      |
| K9         | $0,687 > 0,138$                              | Valid      |
| K10        | $0,580 > 0,138$                              | Valid      |

Sumber: (Data Primer diolah Tahun 2025)

Berdasarkan hasil tabel 4 di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam instrument variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena r-hitung pada setiap pernyataan lebih besar dari pada r-tabel ( $> 0,138$ ). Dengan demikian butir-butir pernyataan dalam variabel keputusan pembelian layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

## Uji Reabilitas

**Tabel 5 Uji Reliability Variabel**

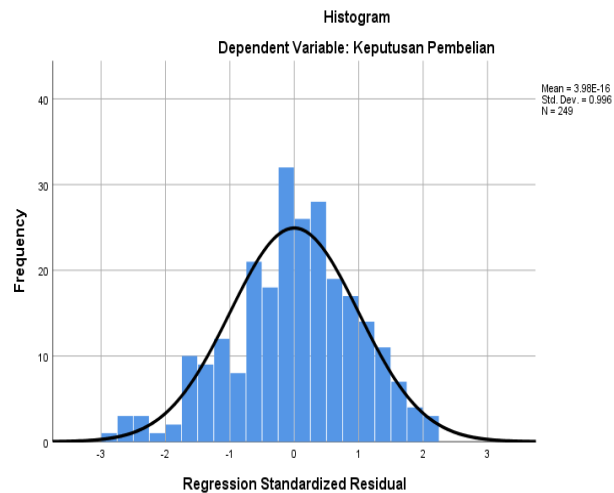
| No | Variabel            | Nilai Cronbach's Alpha | Syarat Minimal Nilai cronbach's alpha | Keterangan |
|----|---------------------|------------------------|---------------------------------------|------------|
| 1  | Kualitas Produk     | 0,795                  | 0,600                                 | Valid      |
| 2  | Kemasan Produk      | 0,875                  | 0,600                                 | Valid      |
| 3  | Keputusan Pembelian | 0,847                  | 0,600                                 | Valid      |

Sumber: (Data Primer diolah Tahun 2025)

Hasil uji reliabilitas pada tabel menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki cronbach alpha > 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing dari kuesioner adalah reliabel dan kriterianya adalah reabilitas tinggi ( $r > 0,60$ ) sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel pada penelitian (kualitas produk, kemasan pkroduk dan keputusan pembelian) layak digunakan sebagai alat ukur.

### Uji Normalitas Data

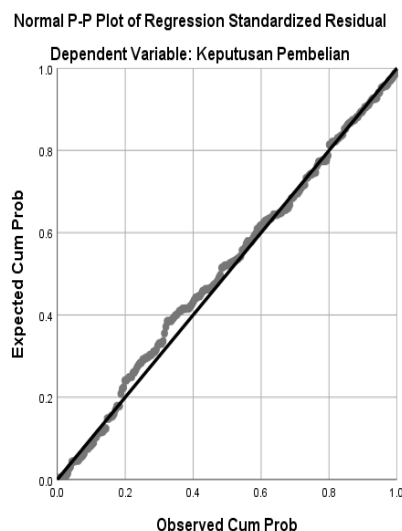
**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram**



Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang didasarkan atas data observasi yang berasal dari perkalian antara periode penelitian dengan jumlah sampel 250 orang. Gambar dengan jumlah data 250 memiliki standar deviasi sebesar 0.3. Normalitas data dapat lebih diuji kehandalannya dengan melihat *Normal Probability Plot (P-P Plot)*. Adapun hasilnya pada gambar 4.3

**Gambar 2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot**



Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Pada gambar dapat dilihat bahwa sebaran titik pada grafik *probability plot* mengikuti garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal dan model regresi yang diuji dengan menggunakan grafik tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|--|----------------|-------------------------|
|  |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 249                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | .0000000                |
|  | Std. Deviation | 4.41086409              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | .063                    |
|  | Positive       | .022                    |
|  | Negative       | -.063                   |
| Test Statistic                         |                | .063                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | .017 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* di atas, menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* tingkat signifikansi  $\alpha > 0,000$  dimana hasilnya signifikansi pada 0,017 yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Tabel 7 Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                 | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-------------------------|-------|
|       |                 | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      |                         |       |
|       | Kualitas Produk | .807                    | 1.000 |
|       | Kemasan Produk  | .807                    | 1.000 |

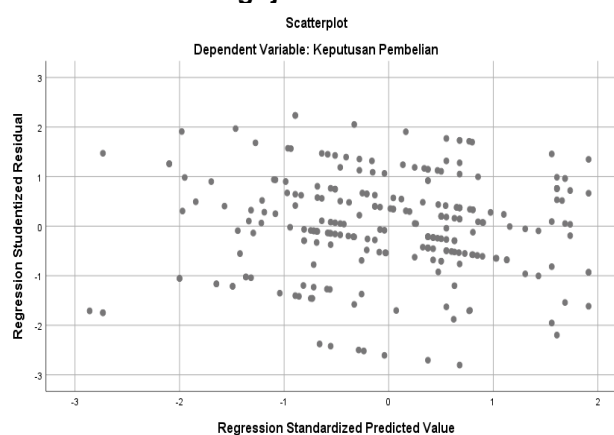
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel dapat menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel kualitas produk dan kemasan produk adalah 1,000 dan nilai tolerance 0,807. Nilai VIF semuanya lebih kecil dari 10 dan nilai tolerancenya semua diatas 0,10, sehingga tidak ada masalah multikolinearitas pada penelitian ini.

## Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Dari gambar grafik hasil pengujian heteroskedastisitas di atas, titik-titik yang menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol

(0) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat

**Tabel 8 Uji Autokorelasi**

| Model  | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1  | .802 <sup>a</sup> | .643     | .413              | 4.42876                    | 2.065         |
| a. Predictors: (Constant), Kemasan Produk, Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian                 |                   |          |                   |                            |               |

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Dari tabel hasil uji autokorelasi, data tabel model summary diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,827. Nilai ini selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5 persen (0,05), jumlah n sebesar 250 sampel, dan jumlah k sebesar 3 (k=3) yang berasal dari jumlah variabel dalam penelitian ini sehingga didapatkan nilai dU dari tabel Durbin-Watson sebesar 1,743. Nilai-nilai yang sudah didapatkan kemudian dimasukkan dalam rumus pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu  $dU < dw < 1,7990 < 2,065$ . Berdasarkan dari hasil perumusan pengambilan keputusan tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat gejala autokorelasi di antara empat variabel independen dalam penelitian ini.

**Tabel 9 Analisis Statistik Deskriptif**

| Descriptive Statistics |    |         |         |         |                |
|------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| Kualitas Produk        | 71 | 32.00   | 47.00   | 41.7080 | 4.45670        |
| Kemasan Produk         | 71 | 32.00   | 49.00   | 41.2360 | 4.62014        |
| Keputusan Pembelian    | 71 | 30.00   | 50.00   | 41.4177 | 4.62661        |
| Valid N (listwise)     | 71 |         |         |         |                |

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Berdasarkan pada Tabel maka dapat dideskripsikan nilai-nilai sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 32,00 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 47,00 dengan nilai rata-ratanya sebesar 41,7080 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,45670, sehingga standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa sebaran data akan persepsi responden terhadap variabel kualitas produk ( $X_1$ ).
2. Variabel kemasan produk memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 32,00 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 49,00 dengan nilai rata-ratanya sebesar 41,2360 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,62014, sehingga standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa sebaran data akan persepsi responden terhadap variabel kemasan produk ( $X_2$ ).
3. Variabel keputusan pembelian sumen memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 30,000 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 50,00 dengan nilai rata-ratanya sebesar 41,4177 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,62661 sehingga standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa sebaran data akan persepsi responden terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 10 Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                 |                             |            |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|
| Model                     |                 | Unstandardized Coefficients |            |
|                           |                 | B                           | Std. Error |
| 1                         | (Constant)      | 23.884                      | 3.614      |
|                           | Kualitas Produk | .177                        | .063       |
|                           | Kemasan Produk  | .246                        | .061       |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS seperti yang telah disajikan pada tabel diatas, persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 23,884 + 0,177 X_1 + 0,246 X_2 + e.$$

Persamaan ini dapat disimpulkan bahwa:

- Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 23,884. Artinya, jika variabel keputusan pembelian (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kemasan produk ( $X_2$ ) yang bernilai nol, maka besarnya rata-rata keputusan pembelian akan bernilai 23,884.
- Dari persamaan regresi linier berganda diperoleh apabila variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dinaikan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,177.
- Dari persamaan regresi linier berganda diperoleh apabila variabel kemasan produk ( $X_2$ ) dinaikan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian(Y) sebesar 0,246.

**Tabel 11 Uji Parsial (Uji-t)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                 |       |      |
|---------------------------|-----------------|-------|------|
| Model                     |                 | T     | Sig. |
| 1                         | (Constant)      | 6.608 | .000 |
|                           | Kualitas Produk | 3.812 | .004 |
|                           | Kemasan Produk  | 4.049 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Dari tabel di diatas dapat dijelaskan hipotesis variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut: Pengujian hipotesis pertama (H1) antara variabel kualitas produk (X1) dengan variabel keputusan pembeli (Y) Nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan *degrees of freedom* (df) dengan dk pembilang 3 dan dk penyebut 250, maka t tabel adalah 2,661. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

Tingkat signifikan pengujian, menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikan 5 % (0,05) dan tingkat kepercayaan = 95 %. Keputusan pengujian yaitu Ho ditolak, Ha diterima karena t hitung > t tabel yaitu 3,812 > 2,661 dan nilai signifikan < 0,005 yaitu 0,004. Berdasarkan hasil analisis dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel maka dapat disimpulkan: variabel kualitas produk dengan t hitung > dari t tabel atau 3,812 > 2,661, maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pegasaruh yang signifikan antara variable kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti. Pengujian hipotesis kedua (H2) antara variabel kemasan produk (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y) Nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan *degrees of freedom* (df) dengan dk pembilang 3 dan dk penyebut 250, maka t tabel adalah 2,661. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

**Tabel 12 Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 483.543        | 2   | 241.772     | 12.327 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 4825.019       | 246 | 19.614      |        |                   |
|                    | Total      | 5308.562       | 248 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kemasan Produk, Kualitas Produk

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Uji hipotesis simultan dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan dk pembilang 3 dan dk penyebut 250 adalah sebesar 2,64. Langkah-langkah untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis penelitian:  
 $H_0: b_1 = b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel kemasan produk ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ).  
 $H_a: b_1 \neq b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel kemasan produk ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ).
- Tingkat signifikan pengujian, menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikan 5 % (0,05) dan tingkat kepercayaan = 95 %.
- Keputusan pengujian yaitu  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima karena  $F$  hitung >  $F$  tabel yaitu  $12.327 > 2,64$  dan nilai signifikan < 0,005 yaitu 0,000.
- Dari hasil uji hipotesis tersebut maka keputusan yang diambil adalah menolak  $H_0$  dan  $H_a$  diterima, artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kemasan secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti.

**Tabel 13 Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup>                                 |                   |          |                   |                            |               |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model  | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1  | .802 <sup>a</sup> | .643     | .413              | 4.42876                    | 2.065         |
| a. Predictors: (Constant), Kemasan Produk, Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian                 |                   |          |                   |                            |               |

Sumber: (Data primer yang diolah tahun 2025)

Tabel menunjukkan bahwa nilai  $r$  (koefisien korelasi) sebesar 0,802 menunjukkan bahwa keeratan hubungan langsung antara variabel kualitas produk dan kemasan produk dengan variabel keputusan pembelian konsumen adalah 80,2 %, hubungan ini secara statistik tergolong kuat. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,643. Artinya kontribusi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kemasan produk dengan kontribusi sebesar 64,3 %, sedangkan sisanya sebesar 35,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis uraikan mengenai Pengaruh kualitas produk dan kemasan produk terhadap keputusan keripik singkong Caca di Kota Lahat adalah sebagai berikut:

- Dari perhitungan persamaan Regresi dapat nilai persamaan  $Y = 23,884 + 0,177 X_1 + 0,246 X_2 + e$ . Persamaan ini dapat disimpulkan bahwa: Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 23,884. Artinya, jika variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kemasan produk ( $X_2$ ) yang bernilai nol, maka besarnya rata-rata keputusan pembelian akan bernilai 23,884. Dari persamaan regresi linier berganda diperoleh apabila variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dinaikan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,177. Nilai tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai kualitas produk maka akan semakin tinggi pula nilai keputusan pembelian. Dari persamaan regresi linier berganda diperoleh apabila variabel kemasan produk ( $X_2$ ) dinaikan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,246. Nilai tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai kemasan produk, maka akan semakin tinggi pula nilai keputusan pembelian.
- Nilai  $t$  tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan *degrees of freedom* ( $df$ ) dengan  $dk$  pembilang 3 dan  $dk$  penyebut 250, maka  $t$  tabel adalah 2,661. Berdasarkan hasil analisis dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dan  $t$  tabel maka dapat disimpulkan: Variabel kualitas produk dengan  $t$  hitung > dari  $t$  tabel atau  $3,812 > 2,661$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti. Variabel kemasan produk dengan  $t$  hitung > dari  $t$  tabel atau  $4,049 > 2,661$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemasan produk terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga

hipotesis pada penelitian ini terbukti Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan dk pembilang 3 dan dk penyebut 250 adalah sebesar 2,64. Dari hasil uji hipotesis tersebut maka keputusan yang diambil adalah menolak  $H_0$  dan  $H_a$  diterima, artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kemasan secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti.

3. Dari perhitungan koefisien kolerasi bernilai positif, yaitu sebesar 0,802 menunjukkan bahwa keeratan hubungan langsung antara variabel kualitas produk dan kemasan produk dengan variabel keputusan pembelian konsumen adalah 80,2 %, hubungan ini secara statistik tergolong kuat
4. Nilai koefisien determinasi dalam analisis ini 0,643. Artinya kontribusi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kemasan produk dengan kontribusi sebesar 64,3 %, sedangkan sisanya sebesar 35,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Usaha keripik singkong Caca di Kota Lahat harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk yang ada sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen
2. Usaha keripik singkong Caca di Kota Lahat, Tbk harus mempertimbangkan warna dan corak kemasan karena warna kemasan yang unik dan menarik akan memberikan kesan yang menarik bagi konsumen terhadap suatu produk, sehingga warna kemasan yang selaras akan terlihat indah dipandang, sehingga keputusan pembelian pada konsumen dapat meningkat
3. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk variabel-variabel lain dalam analisis penting untuk dipertimbangkan sehingga hasil penelitian lebih representatif. Hal lainnya, penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan penggunaan teknik lainnya dalam pengambilan sampel agar masing-masing kelompok konsumen bisa lebih terwakili secara baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, Dan Indikator)*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Assauri, Sofjan. 2021. *Manajemen Bisnis dan Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bambang, 2020. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid Satu dan Dua, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta.
- Basu Swastha Dharmmesta. 2020. *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta
- Handoko, T. Hani. 2021. *Manajemen*. BPF, Yogyakarta.
- Hubeis, Musa. 2020. *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Ghalia, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. *Manajemen Pemasaran..* Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2021. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lena Nuryanti. 2020. Jurnal, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultra Jaya pada Mahasiswa FPIPS UPI*. Universitas Pendidikan Indonesia, Jakarta
- Lupiyoadi. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Muhammad Chunos Akrom. 2020. Jurnal, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Indomie Sedap di Kota Semarang*. Universitas Negeri Semarang
- Mursid, Muhamad. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nugroho J Setiadi. 2020. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Ritongga, dkk. 2021. *Pelajaran Ekonomi Dua*. Erlangga, Jakarta.

- Simamora, Hendri. 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2020. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2020. *Metodelogi Penelitian Akutansi*. PT. RafikaAditama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran Jasa–Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuliana. 2019. *Jurnal, Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang