



# Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Teknologi Hasil Pertanian

## PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COKELAT BATANG PAKUWON DI BALAI PENELITIAN TANAMAN INDUSTRI DAN PENYEGAR SUKABUMI, JAWA BARAT

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT ATRIBUTES ON THE PURCHASE DECISION OF PAKUWON CHOCOLATE BAR AT INDUSTRIAL RESEARCH AND BEVERAGE CROPS SUKABUMI, WEST JAVA***

Ferrin Wardiully<sup>1</sup>, Eko Heri Purwanto<sup>2</sup>, Martunis<sup>1\*</sup>, Cut Erika<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

<sup>2</sup>Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar, Parung Kuda- Jawa Barat

\*Email Korespondensi : raja\_acehrayek@unsyiah.ac.id

#### ABSTRACT

#### Keywords:

Chocolate bar, brand,  
packaging, price, quality

Product attributes are a series of factors that are considered when someone decides to buy a product. Pakuwon chocolate bar is a product of processed cocoa pods produced by the Research Institute for Industrial and Refreshing Crops (Balittri), Sukabumi, West Java. The purpose of this study was to analyze and explain the effect of product attributes on purchasing decisions on Pakuwon chocolate bars. This research was conducted in January 2022 at the Research Institute for Industrial and Refreshing Crops. The type of research used is descriptive quantitative. Methods of data collection using a questionnaire. Questionnaires were distributed to 59 respondents, namely workers in Balittri and who had bought Pakuwon chocolate bars. The data were processed using two methods, namely multiple linear regression analysis and Spearman rank correlation test. Multiple linear regression analysis shows that partially (alone) product attributes that have the most influence on purchasing decisions are product quality and simultaneously (together) all product attributes have a significant effect on purchasing decisions. The Spearman rank correlation test shows that all product attributes have a positive effect on purchasing decisions, the strength of the correlation variable quality (0.56\*\*) and brand (0.54\*\*) is in the strong range ( $\rho > 0.50 - 0.75$ ). In the variable packaging (0.48\*\*) and price (0.47\*\*) the strength of the correlation relationship is in the weak range ( $\rho > 0.25 - 0.50$ ). The results of this study can be useful for Balittri so that Pakuwon chocolate bars can develop by paying attention to and improving quality product attributes so that they can become superior local products.

#### 1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian di Indonesia memiliki peranan penting dalam meningkatkan pendapatan nasional. Sektor pertanian ini juga turut membantu pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut disebabkan karena Indonesia merupakan negara agraris, sehingga bisnis dibidang pertanian akan meningkatkan pendapatan nasional. Sektor pertanian berada pada urutan kedua setelah sektor industri pengolahan yang berperan dalam kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (BPS, 2017). Subsektor pertanian yang memiliki potensi cukup besar yaitu pada sektor perkebunan. Pada sektor

perkebunan yang khususnya yaitu komoditi kakao memiliki peran penting karena komoditi kakao merupakan salah satu komoditi unggulan dan sebagai penyumbang devisa negara pada peringkat ketiga setelah minyak sawit dan karet disektor perkebunan (Manalu, 2018).

Kakao (*Theobroma cacao* L.) adalah salah satu komoditas dari sektor perkebunan, yang bijinya dimanfaatkan dalam berbagai olahan produk mulai dari setengah jadi seperti pasta kakao hingga produk jadi seperti cokelat batang. Cokelat pada umumnya akan dijadikan sebagai bahan tambahan dalam pengolahan produk lain seperti es krim, kue dan beberapa makanan lainnya (Marpaung and Putri, 2019). Produk cokelat termasuk sebagai makanan yang mudah dicerna dan banyak

Ferrin Wardiully<sup>1</sup>, Martunis<sup>2\*</sup>, Cut Erika<sup>3</sup>

Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian,  
Universitas Syiah Kuala

raja\_acehrayek@unsyiah.ac.id

dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Meningkatnya orang yang mengkonsumsi coklat maka hal tersebut mendorong para produsen coklat untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk coklat yang dapat meningkatkan daya beli dan daya saing para konsumen (Ramlah and Yumas, 2017).

Produk coklat batang Pakuwon merupakan produk dari hasil olahan buah kakao yang diproduksi oleh Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar (Balittri). Cokelat batang Pakuwon merupakan coklat yang tidak menggunakan lemak tiruan dan menggunakan lemak kakao asli yang biasa disebut sebagai jenis coklat *couverture*. Hal inilah yang menyebabkan coklat batang Pakuwon memiliki daya saing baik. Akan tetapi coklat batang Pakuwon belum dipasarkan secara luas. Konsumen sebelum membeli terlebih dahulu akan mempertimbangkan atribut produk yang ada pada coklat batang Pakuwon tersebut. Sehingga perlu diketahui atribut apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk coklat Pakuwon.

Atribut produk merupakan serangkaian faktor yang menjadi pertimbangan ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk. Atribut produk tersebut dapat menjadi unsur komunikasi suatu produk kepada calon konsumen. Atribut produk harus disesuaikan dengan harapan dari konsumen, dengan begitu akan memungkinkan konsumen untuk membeli produk (Laily et al., 2017).

Keputusan membeli suatu produk disesuaikan dengan minat beli seorang konsumen terhadap suatu produk. Konsumen memutuskan pembelian disesuaikan dengan selera, usia, dan jenis kelamin (Norsita et al., 2021). Keputusan konsumen membeli suatu produk tentunya tidak terlepas dari atribut-atribut produk yang dianggap penting dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Atribut produk itu dapat mencakup pertimbangan penting sebelum memutuskan membeli seperti merek, kemasan, harga, serta kualitas suatu produk (Kusuma and Anita, 2021).

## 2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan di Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar yang dilaksanakan pada bulan Januari 2022. Produk coklat batang dibuat di Laboratorium Bioindustri dan kuesioner disebar di area perkantoran.

Data yang diambil diperoleh dari hasil penelitian di Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar (Balittri), Sukabumi, Jawa Barat. Objek coklat batang Pakuwon dipilih karena produk coklat batang Pakuwon hanya dipasarkan pada ruang lingkup Balittri saja, sehingga perlu adanya

penelitian lebih lanjut agar coklat batang Pakuwon dapat dipasarkan lebih luas.

### Metode Penelitian

Teknik pengambilan sampel menggunakan rancangan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus *slovin* karena besar populasi diketahui. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 59 responden yang pernah membeli produk coklat pada Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar. Tahapan awal yang dilakukan pada penelitian ini yaitu melakukan uji instrumen pada kuisisioner yang meliputi uji validitas dan uji reabilitas.

### Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dapat ditentukan dengan bantuan program Microsoft Excel, dan dapat juga ditentukan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* dari teknik *pearson* yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana : r = koefisien korelasi  
N = jumlah observasi/responden  
X = skor pertanyaan  
Y = skor total

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Ukuran dari reliabilitas dapat dikatakan handal apabila nilai *Croanbach Alpha* > 0,6. Pada pengujian ini menggunakan program SPSS. Adapun rumus *Croanbach Alpha* yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] + 1 - \frac{\sum si^2}{Sx}$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*  
k = Jumlah instrumen pertanyaan  
 $\sum si^2$  = Jumlah varian dari tiap instrumen  
 $Si^2$  = Varian-varian keseluruhan instrumen

### Analisis Data

Setelah dilakukan uji instrumen dan hasilnya dikatakan valid serta reliabel, maka kuisisioner dinyatakan layak disebar kepada responden. Tahapan selanjutnya dilakukan analisis data dengan uji prasyarat atau uji asumsi klasik yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Jika hasil uji menunjukkan  $P Value > 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal dan jika  $P Value < 0,05$  maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Pembuktian lain dapat juga dilihat pada histogram ataupun *normal probability plot*.

## 2. Uji Multikolinieritas

Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance* nya. Apabila nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka dapat dinyatakan bahwa tidak adanya multikolinieritas.

## 3. Heterokedastisitas

Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai dari prediksi variabel terikat yaitu *standardized predictor* dengan residualnya student residual (SRESID). Apabila terdapat bentuk pola tertentu (bergelombang, melebar ataupun menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika titik hanya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ada pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah seluruh asumsi terpenuhi maka dapat dilakukan analisis regresi linier berganda.

### Analisis regresi linier berganda

Analisis Regresi Linier Berganda memiliki tujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel-variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$B_1, B_2, B_3, B_4$  = Koefisien regresi berganda

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kemasan

$X_3$  = Merek

$X_4$  = Kualitas Produk

### a. Uji t

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara individu atau parsial (sendiri) terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pada penilaian uji t yaitu sebagai berikut :

- Apabila nilai *signifikan*  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

- Apabila nilai *signifikan*  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

### b. Uji F

Uji F dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh variabel independen dengan tujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pada penilaian uji F yaitu sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan dari model regresi dalam menerangkan variasi variabel independen. Apabila nilai  $R^2$  kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai dari koefisien determinasi antara nol sampai satu. Jika besar nilai koefisien determinasi mendekati satu maka berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen.

### Uji Korelasi Rank Spearman

Korelasi antara kedua variabel ditentukan oleh besarnya koefisien korelasi ranking ( $\rho$ ) yang dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

$\rho$  : nilai korelasi Spearman

$d^2$  : selisih dari pasangan rank

n : banyaknya pasangan rank

6 : bilangan konsta

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Dari tabel 1, dapat diketahui bahwa masing-masing pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,2564. Sehingga seluruh pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Pertanyaan yang valid adalah pertanyaan yang dapat dijadikan sebagai perantara dalam

mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur (Sugiyono et al., 2020).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Merek (X1)	X1.1	0,8567	0,2564	Valid
	X1.2	0,8686	0,2564	Valid
	X1.3	0,6070	0,2564	Valid
	X1.4	0,8780	0,2564	Valid
Kemasan (X2)	X2.1	0,7360	0,2564	Valid
	X2.2	0,7601	0,2564	Valid
	X2.3	0,8415	0,2564	Valid
	X2.4	0,8314	0,2564	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,8354	0,2564	Valid
	X3.2	0,7200	0,2564	Valid
	X3.3	0,8632	0,2564	Valid
	X3.4	0,7648	0,2564	Valid
Kualitas (X4)	X4.1	0,7294	0,2564	Valid
	X4.2	0,7570	0,2564	Valid
	X4.3	0,8462	0,2564	Valid
	X4.4	0,7928	0,2564	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,7172	0,2564	Valid
	Y2	0,7498	0,2564	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y3	0,6481	0,2564	Valid
	Y4	0,6361	0,2564	Valid

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

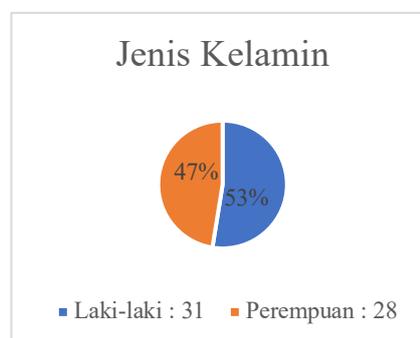
Variabel	Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Batas Nilai Kritis	Keterangan
Merek (X1)	X1.1	0,900	0,60	Reliabel
	X1.2	0,898	0,60	Reliabel
	X1.3	0,906	0,60	Reliabel
	X1.4	0,897	0,60	Reliabel
Kemasan (X2)	X2.1	0,903	0,60	Reliabel
	X2.2	0,901	0,60	Reliabel
	X2.3	0,896	0,60	Reliabel
	X2.4	0,900	0,60	Reliabel
Harga (X3)	X3.1	0,901	0,60	Reliabel
	X3.2	0,902	0,60	Reliabel
	X3.3	0,897	0,60	Reliabel
	X3.4	0,898	0,60	Reliabel
Kualitas (X4)	X4.1	0,907	0,60	Reliabel
	X4.2	0,900	0,60	Reliabel

Keputusan Pembelian (Y)	X4.3	0,903	0,60	Reliabel
	X4.4	0,900	0,60	Reliabel
	Y1	0,906	0,60	Reliabel
	Y2	0,904	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	Y3	0,899	0,60	Reliabel
	Y4	0,909	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atau koefisien keandalan dari setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel-variabel pertanyaan bersifat reliabel.

## Karakteristik Responden

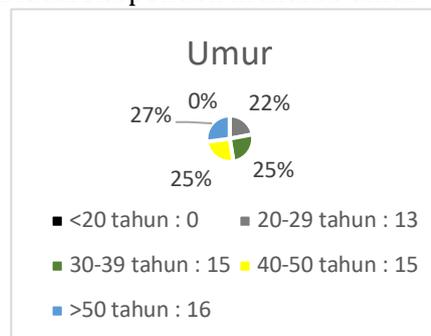
### 1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin



Gambar 1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang.

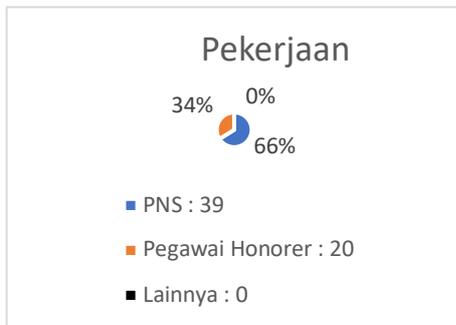
### 2. Distribusi Responden menurut Umur



Gambar 2. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berumur >50 tahun.

### 3. Distribusi Responen menurut Pekerjaan

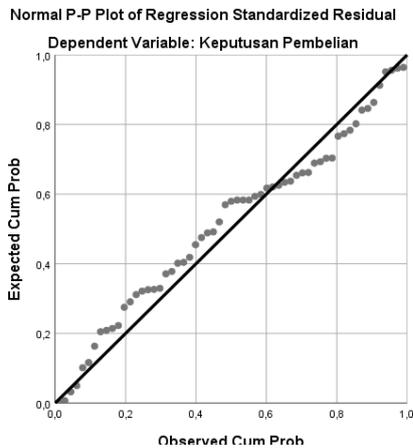


Gambar 3. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Gambar diatas, mayoritas responden yaitu memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 39 orang, sedangkan responden yang lainnya memiliki pekerjaan sebagai pegawai honorer 20 orang.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas



Gambar 4. Histogram Normal P-Plot

Pada uji grafik normalitas, terlihat bahwa titik-titik menyebar pada sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Menurut Batubara (2020) data akan berdistribusi normal apabila nilai dari probabilitas yang diharapkan sama dengan nilai probabilitas pengamatan yang ditunjukkan oleh garis diagonal sebagai perpotongan antara garis probabilitas harapan dan probabilitas pengamatan. Sehingga dapat dibuktikan juga bahwa data pada penelitian ini dapat dikatakan normal.

Pada uji analisis grafik *normal probability plot* memiliki kelemahan karena jumlah sampel atau pengamatan dapat mempengaruhi hasil plotting. Maka dari itu, diperlukan uji statistik dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik

Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Unstandardize Residual
-------------------------------	------------------------

<i>Asymp. Sig.</i>	0,629
--------------------	-------

Pada hasil analisis normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* di dapatkan hasil bahwa nilai signifikan (*asymptotic significance*) sebesar 0,629. Nilai signifikan yang didapatkan lebih besar dari nilai batas minimum error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Merek	0,563	1,777	Non Multikolinieritas
Kemasan	0,427	2,340	Non Multikolinieritas
Harga	0,402	2,490	Non Multikolinieritas
Kualitas	0,627	1,596	Non Multikolinieritas

Dari tabel di atas didapatkan hasil bahwa semua variabel independen mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka dari dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak mengandung gejala multikolinieritas. Sehingga antara variabel merek (X1), variabel kemasan (X2), variabel harga (X3), variabel kualitas (X4) tidak mengandung aspek atau indikator yang sama.

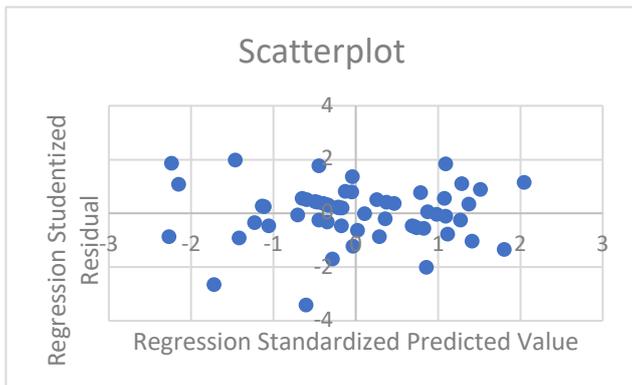
#### 3. Uji Heterokedastisitas

Cara mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* atau dengan menggunakan metode glejser yaitu membandingkan nilai signifikan > 0,05 dengan bantuan program SPSS (Setiawati, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Merek	0,13	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kemasan	0,12	Tidak terjadi heterokedastisitas
Harga	0,23	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas	0,77	Tidak terjadi heterokedastisitas

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi model regresi dengan bentuk heterokedastisitas.



Gambar 4. Hasil Uji heterokedastisitas *Scatterplot*

Sedangkan Pada uji heterokedastisitas grafik *Scatterplot* terdiri dari nilai ZPRED (nilai prediksi, sumbu X) dan nilai SRESID (nilai residual, sumbu Y). Hasil pengujian heterokedastisitas dengan grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 6.

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian tidak menunjukkan adanya pola tertentu yang akan mengindikasikan bahwa terjadi terjadi heterokedastisitas. Didapatkan hasil bahwa pola yang terjadi berupa titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y yang akan mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas atau terjadi homokedastisitas.

#### Analisis regresi linier berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

(Constant)	5,237
Merek	0,140
Kemasan	0,014
Harga	0,160
Kualitas	0,338

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda, maka didapatkan persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4$$

$$Y = 5,237 + 0,140 X_1 + 0,014 X_2 + 0,160 X_3 + 0,338 X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut maka dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,237 dapat menyatakan bahwa apabila nilai variabel bebas  $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$  sama dengan nol maka nilai variabel Y dinyatakan sebesar 5,237.
2. Nilai koefisien regresi variabel merek ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,140 yang artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Apabila dipersepsikan terjadi peningkatan satu nilai pada variabel merek ( $X_1$ ) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y)

sebesar 0,140 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan ( $X_2 - X_4 = 0$ ).

3. Nilai koefisien regresi variabel kemasan ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,014 yang artinya kemasan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Apabila dipersepsikan terjadi peningkatan satu nilai pada variabel kemasan ( $X_2$ ) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,014 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan ( $X_1, X_3 - X_4 = 0$ ).
4. Nilai koefisien regresi variabel harga ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,160 yang artinya harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Apabila dipersepsikan terjadi peningkatan satu nilai pada variabel harga ( $X_3$ ) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,160 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan ( $X_1, X_2, X_4 = 0$ ).
5. Nilai koefisien regresi variabel kualitas ( $X_4$ ) yaitu sebesar 0,338 yang artinya kualitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Apabila dipersepsikan terjadi peningkatan pada satu variabel kualitas ( $X_4$ ) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,338 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan ( $X_1 - X_3 = 0$ ).

#### a. Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	t <sub>tabel</sub>	t <sub>hitung</sub>	Sig.
Merek	2,005	1,469	0,148
Kemasan	2,005	0,102	0,919
Harga	2,005	0,986	0,329
Kualitas	2,005	2,531	0,014

Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka didapat hasil hipotesis:

1. Nilai signifikan pada merek 0,148 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar 1,469 < t tabel sebesar 1,673. Maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara merek terhadap terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai signifikan pada kemasan 0,919 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,102 < t tabel sebesar 1,673. Maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara kemasan terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai signifikan pada harga 0,329 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,986 < t tabel sebesar

1,673. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

4. Nilai signifikan pada kualitas  $0,014 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung sebesar  $2,532 > t$  tabel sebesar 1,673. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kualitas terhadap keputusan pembelian.

			Pembelian	
rho	Merek	Correlation Coefficient	1,000	,541**
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	59	59
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	,541**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	59	59

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai sebesar 0,54 dan masuk dalam rentang nilai  $>0,5-0,75$  sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan korelasi adalah berada pada urutan kuat dan bernilai positif.

## 2. Korelasi Kemasan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 11. Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman*

			Kemasan	Keputusan Pembelian
rho	Kemasan	Correlation Coefficient	1,000	,470**
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	59	59
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	,470**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	59	59

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai sebesar 0,470 dan masuk dalam rentang nilai  $>0,25-0,50$  sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan korelasi adalah berada pada urutan lemah dan bernilai positif.

## 3. Korelasi Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil tabel 12 dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai sebesar 0,464 dan masuk dalam rentang nilai  $>0,25-0,50$  sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan korelasi adalah berada pada urutan lemah dan bernilai positif.

Tabel 12. Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman*  
Harga | Keputusan

## b. Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

F	Sig.
7,846	,000

Pada uji simultan F didapatkan nilai F tabel yaitu 2,543. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $7,846 > F$  tabel 2,543. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (merek, kemasan, harga, kualitas) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk coklat batang Pakuwon.

## c. Uji Koefisien Determinan

Pada uji koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square* dikarenakan pada regresi ini menggunakan lebih dari dua variabel bebas (Wijaya, 2016).

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Adjusted R Square
,321

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,368. Maka hal ini dapat diartikan bahwa 32,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh empat variabel bebas tersebut. Sedangkan sisanya yaitu 67,9% ( $100\% - 32,1\% = 67,9\%$ ) dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Korelasi *Rank Spearman*

### 1. Korelasi Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 10. Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman*

Merek	Keputusan
-------	-----------

			Pembelian	
rho	Harga	Correlation Coefficient	1,000	,464**
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	59	59
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	,464**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	59	59

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 4. Korelasi Kualitas (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (y)

Tabel 13. Tabel Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman*

		Kualitas		Keputusan Pembelian
rho	Kualitas	Correlation Coefficient	1,000	,556**
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	59	59
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	,556**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	59	59

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai sebesar 0,556 dan masuk dalam rentang nilai >0,25-0,50 sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan korelasi adalah berada pada urutan lemah dan bernilai positif.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Menurut analisis regresi linier, bahwa secara parsial atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk. Sedangkan secara simultan atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, harga, kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa sebesar 32,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh semua atribut produk dan sisanya dijelaskan oleh

atribut produk lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3. Menurut analisis korelasi *rank spearman* pada atribut produk variabel kualitas (X<sub>4</sub>) dengan nilai korelasi 0,56 dan atribut produk merek (X<sub>1</sub>) dengan nilai korelasi 0,54 berada pada rentang kuat ( $\rho > 0,50-0,75$ ). Pada Variabel kemasan (X<sub>2</sub>) memiliki nilai korelasi 0,47 dan harga (X<sub>3</sub>) memiliki nilai korelasi 0,46 dengan korelasi berada pada rentang lemah ( $\rho > 0,25-0,50$ ). Seluruh atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar (Balittri) Sukabumi, Jawa Barat, atas izin pelaksanaan tempat penelitian. Ucapakan terimakasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu selama pelaksanaan penelitian ini, terutama Bapak Eko Heri Purwanto S.TP., M.Sc selaku pembimbing di Balittri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I. and Satrio, B. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 4(12): 1-15.
- Arfaillafandi, R., Andiarna, F. 2018. Pengaruh Pemberian Coklat Hitam Terhadap Penurunan Nyeri Haid Pada Dismenorea Primer. *Jurnal Health Science*. 2(1): 27-35.
- Anastasia, U., Nurendah, Y. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 2(2): 181-190.
- Arianto, A.B. 2013. Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 11(2): 294-305.
- Azizah, D.I., Siswadi, B., Maula, L.R. 2021. Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. 9(2): 12-17.
- Batubara, S. 2020. Pengaruh gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan pada Departemen Pengabdian PT Inalum (Persero). *Jurnal Pendidikan Akuntansi*. 3(1): 40-58.
- Cahyati, D.N., N. Sudjana., Azizah, D. F. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap *Audit Delay* (Studi Pada Perusahaan LQ 45 Sub-Sektor Bank Serta

- Property dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 38(1): 68-73.
- Defiani, A.R.. 2018. Pengaruh Harga, Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cokelat Silver Queen Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan. Politeknik Negeri Medan, Medan.
- Dirgantara, G. E., Akbara, M. F., Becti, R. D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Gebox dengan Analisis Crosstab dan Korelasi Spearman. *Jurnal Statistik Industri dan Komputasi*. 3(2): 53-62.
- Evanita, S. and Trinanda, O. 2018. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Makanan Ringan Tradisional Pada Remaja Di Perkotaan Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 1(2): 7-11.
- Erida, M. 2021. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Motivasi Pengidap HIV/AIDS. *Jurnal Ilmiah Bina Edukasi*. 1(1): 10-21.
- Firdaus, A. A., Nashiroh, P.K. and Djunaidi. 2020. Hubungan Nilai Matematika dengan Prestasi Belajar Pemrograman Berorientasi Objek Pada Siswa Kelas XII Jurusan RPL SMK Ibu Kartini Semarang. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika*. 9(1): 32-45.
- Hartuti, S., Juanda. and Khatir, R. 2020. Upaya Peningkatan Kualitas Biji Kakao (*Theobroma Cacao L.*) Melalui Tahap Penanganan Pascapanen (Ulasan). *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*. 15(2): 38-52.
- Janie, D. N. A.. 2012. Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS. Semarang, *University Press*.
- Kusuma, M., Anita, F.A.F. 2021. Pengaruh *Co-Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coklat. *Jurnal Wahana Tridarma Perguru Tinggi*. 7(3): 71-76.
- Laily, B., Doriza, S., Hasanah, U. 2017. Pengaruh Atribut Produk Non-Pangan Terhadap Pengambilan Keputusan Belanja Online Pada Keluarga. *Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan*. 4(1): 39-45.
- Larasati, S., A. Gilang. 2014. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 5(3): 201-213.
- Manalu, R. 2018. Pengolahan Biji Kakao Produksi Perkebunan Rakyat Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani, *Jurnal Ekonomi Kebijakan Publik*. 9(2): 99-111.
- Marpaung, R., Putri, S.N. 2019. Karakteristik Mutu Organoleptik Olahan Coklat Dengan Lama Fermentasi Yang Berbeda Pada Biji Kakao Lindak (*Theobroma Cacao L.*). *Jurnal Media Pertanian*. 4(2): 64-73.
- Matondang, Z. 2019. Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*. 6(1): 87-97.
- Mardiatmoko, G. 2020. Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium indicum L.*]). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*. 14(1): .333-342.
- Mona, M. G., Kekenusa, J. S., Prang, J. D. 2015. Penggunaan Regresi Linier Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *Jurnal Dc*. 4(2): 1-8.
- Narista, A.D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue "Dapur Cokelat" Surabaya (Undergraduate). Stiesia Surabaya.
- Nirwana, D. 2010. Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Fruit Tea Pada Siswa SMU ST. Thomas 2 Medan. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Norsita, D.I., Revulaningtyas, I.R., Wijanarti, S. 2021. Pengaruh Kemasan Produk Minuman Coklat Banjaroyo Terhadap Minat Beli. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 15(2): 469-476.
- Nurhayati, L., Wardoyo, S.E., Rosita, R. 2017. Persentase Total Aktivitas Antioksidan Dark Chocolate Dan Milk Chocolate Secara Spektrofotometri. *Jurnal Sains Natural*. 2(1): 70-80.
- Noerhamzah, M.A., Widarko, A., Aisyah, A. 2021. Pengaruh Lokasi, Harga, Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 10(4): 32-35.
- Prabowo, H., Asmara, R. 2021. Analisis Sikap Konsumen Teh Botol Sosro Berdasarkan Atribut-Atribut Produk. *Journal Agriculture and Ekonomi*. 9(1): 57-60.
- Ramlah, S., Yumas, M. 2017. Pengaruh Formulasi Dan Asal Biji Kakao Fermentasi Terhadap Mutu Dan Citarasa *Dark Chocolate*. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*. 12(1): 58-75.
- Ramlah, S., Yumas, M., Wahyuni, W. 2020. Karakteristik Pangan Fungsional Dari Pasta Dan Bubuk Kakao. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*. 15(2): 12-26.
- Ridha, N. 2017. Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Stai Sumatera Utara* 14(1): 62-70.
- Rizan, M., Handayani, K. L., Kresnamurti, A. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 6(1): 457-478.
- Roflin, E., Liberty, I.A., Pariyana. 2021. *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Jawa Tengah: Penerbit Nem.
- Rosita, E., W. Hidayat., W. Yuliani. 2021. Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner Perilaku Proposal. *Jurnal Fokus*. 4(4): 280-283.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P. 2016. Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel MPDerating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*. 6(1): 73-81.
- Sa'adah, L. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah, Jombang.
- Sadeli, A.H., Utami, H.N. 2013. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Untuk Mengukur Daya Saing Produk Jeruk. *Jurnal Trikonomika*: 12(1): 61-71.
- Saidani, B. 2013. Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 4(1): 53-73.
- Sari, A. Q., Sukestoyarno, Y. L., Agoestanto, A. 2017. Batasan Prasyarat Uji Normalitas dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linier. *Jurnal Matematika*. 6(2): 169-177.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sanjaya, S. 2016. Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 16(2): 108-122.
- Senna, A.B. 2020. Pengolahan Pascapanen Pada Tanaman Kakao Untuk Meningkatkan Mutu Biji Kakao. *Jurnal Triton*. 1(1): 51-57.
- Setyanto, L. E., Arifin, Z. 2017. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone Pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 46(2): 9-27.
- Siyoto, S., Sodik, M.A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudiby, A. 2012. Peran Cokelat Sebagai Produk Pangan Derivat Kakao Yang Menyehatkan. *Jurnal Riset Industri*. 6(1): 23-40.
- Susetyarsi, T. 2012. Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan Papan Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*. 4(3): 1-10.
- Suwardi, L. A., Herdiyana., Salma. 2019. Hubungan kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Club. *Jurnal Manajemen*. 4(2): 1-14.
- Soewito, Y. 2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*. 1(3): 218-229.
- Tengor, G., Kawet, L., Loindong, S. 2016. Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4): 1-9.
- Wijaya, M. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 3(1): 72-82.
- Yunita, A., Haryanto, J.O. 2012. Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. 11(1): 75-80.
- Yudiatmaja, F. 2013. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Yudihartanti, Y. 2017. Penentuan Hubungan Mata Kuliah Penelitian dan Tugas Akhir dengan Korelasi *Rank Spearman*. *Jurnal Jutisi*. 6(3): 1691-1694.
- Zahra, R., Rina, N. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 6(1): 648-651.