

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROTI BLUDER COKRO DI KABUPATEN MAGETAN

Ajeng Salsa Nareta, Darsono, Agustono

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl. Ir. Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email: ajengsalsa243@gmail.com

Abstract : Currently the growth of bakery continues to grow due to changes in people's consumption patterns that are increasingly practical. Bread is easy to serve and consume. Bluder Cokro is a famous bread product from CV. COKRO ABADI. Bluder Cokro could be find in many cities, one of them is in Magetan Regency. Entrepreneurs must be able to find out what factors influence purchasing decisions so that won't lose in competition. This study aimed to determine the effect of product(X1), price(X2), location(X3), promotion(X4), people(X5), process(X6), and physical evidence(X7) on purchasing decisions for Bluder Cokro in Magetan Regency. The basic method of this research is descriptive with quantitative approach. The sample check using accidental sampling method. The number of respondents was 60 people. The data was analyzed with multiple linear regression. The results of this study indicate that product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence simultaneously influence the purchasing decision of Bluder Cokro in Magetan Regency. The variable of location, promotion, people, process, and physical evidence partially influence the purchasing decision of Bluder Cokro. The variable of process is the most dominant variable in purchasing decisions of Bluder Cokro in Magetan Regency.

Keywords: Bluder, Consumer Preference, Purchase Decision, Magetan

Abstrak : Saat ini industri roti terus berkembang karena perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin praktis. Roti menjadi andalan karena mudah untuk disajikan dan dikonsumsi. Bluder Cokro merupakan salah satu produk roti yang terkenal dari CV. COKRO ABADI. Bluder Cokro tersebar di berbagai wilayah di Indonesia salah satunya di Kabupaten Magetan. Pengusaha roti harus mampu mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian agar tidak kalah dalam persaingan. Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh faktor produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), orang (X5), proses (X6), dan bukti fisik (X7) terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Metode dasar penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Jumlah responden 60 orang. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Faktor lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro. Faktor proses menjadi variabel paling dominan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan.

Kata kunci : Bluder, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian, Magetan

PENDAHULUAN

Agroindustri yang menjadi sorotan pada saat ini adalah industri *bakery* atau industri roti. Sebagian masyarakat Indonesia mengalami perubahan dalam hal konsumsi pangan menjadi lebih praktis Roti menjadi andalan masyarakat untuk menggantikan nasi karena mudah untuk disajikan dan dikonsumsi. Sifat roti yang praktis untuk dikonsumsi ini, dapat memenuhi gaya hidup sebagian masyarakat Indonesia yang semakin modern.

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Jenis Makanan Jadi di Provinsi Jawa Timur (rupiah) 2019.

| Kelompok Makanan Jadi | Satuan | Banyaknya | Nilai (Rp) |
|--------------------------------|---------------|-------------|-------------|
| Roti tawar | Potong | 1,27 | 1553 |
| Roti manis/roti lainnya | Potong | 3,52 | 5303 |
| Kue kering, biskuit, semprong | Ons | 1,77 | 4845 |
| Kue basah | Buah | 5,42 | 7036 |

Sumber : BPS, Statistik Pengeluaran Untuk Konsumsi Rumah Tangga Provinsi Jawa Timur, 2019.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita sebulan pada kelompok makanan jadi jenis roti cukup besar dengan rincian sebagai berikut: roti tawar sebanyak 1,27 potong dengan nilai pengeluaran sebesar Rp 1.553, sementara untuk roti manis/roti lainnya sebanyak 3,52 potong dengan nilai pengeluaran sebesar Rp 5.303. Jika dijumlahkan untuk roti tawar dan roti manis/roti lainnya adalah sebanyak 4,79 potong, dan pengeluarannya sebesar Rp 6.856. Data tersebut menunjukkan pola konsumsi masyarakat yang cenderung mendapatkan sesuatu secara cepat dan lebih efisien, salah satu contohnya adalah pemenuhan kebutuhan makanan jadi dan roti merupakan salah satu yang termasuk didalamnya.

Semakin tinggi angka konsumsi roti di masyarakat menjadi peluang bagi pengusaha roti. Saat ini mulai bermunculan berbagai jenis roti yang memiliki cita rasa yang khas dan unik. Salah satu jenis roti yang cukup terkenal di Kabupaten Magetan adalah roti Bluder Cokro. Roti Bluder Cokro merupakan salah satu produk yang terkenal dari CV. COKRO ABADI yang telah dikembangkan oleh Hary Sasono dari tahun 1989. Roti ini dahulu menjadi roti mewah karena hanya dibeli oleh masyarakat kalangan menengah atas. Hingga saat ini roti Bluder Cokro telah banyak dicari oleh kalangan artis hingga keluarga presiden Indonesia. Roti Bluder Cokro menggunakan resep turun menurun sehingga produk selalu orisinil. Produk roti Bluder Cokro telah tersedia diberbagai outlet maupun reseller yang tersebar di berbagai daerah salah satunya adalah Kabupaten Magetan. Roti Bluder Cokro menjadi salah satu produk roti yang banyak digemari oleh masyarakat Kabupaten Magetan.

Perkembangan industri roti yang semakin tinggi membuat kondisi persaingan satu bisnis dengan yang lainnya semakin ketat. Perusahaan harus mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen. Pemahaman terhadap konsumen yang baik akan membuat perusahaan lebih mudah dalam menerapkan strategi pemasaran (Pasaribu *et al*, 2021). Pengambilan keputusan pembelian pada konsumen dipengaruhi oleh faktor bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi. Sementara itu, untuk memperluas pemasaran, perlu menambahkan unsur bauran pemasaran non-tradisional yaitu orang, proses, dan bukti fisik sehingga menjadi tujuh unsur atau 7P. Dapat dikatakan jika konsep bauran pemasaran 7P lebih komprehensif dan detail daripada 4P (Kwok *et al*, 2020). Upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kegiatan bauran pemasaran dapat meningkatkan keputusan pembelian

Berdasarkan uraian tersebut menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian pada konsumen produk roti Bluder Cokro untuk meneliti apakah aspek-aspek bauran pemasaran meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik dapat memengaruhi keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro. Berlandaskan masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode analitis. Metode deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat (Nazir, 2003). Metode analitis adalah metode yang mendeskripsikan objek yang diteliti melalui data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2009).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan Kabupaten Magetan merupakan salah satu daerah yang dapat di jumpai produk roti Bluder Cokro di toko roti, supermarket, dan beberapa toko oleh-oleh di Kabupaten Magetan. Pertimbangan selanjutnya, pada tahun 2019 jumlah pengeluaran perkapita sewilayah karisidenan Madiun, Kabupaten Magetan menempati urutan kedua dalam pengeluaran perkapita kelompok makanan dan minuman jadi. Penelitian dilakukan pada bulan Februari-

April 2023.

Metode Pengambilan Sampel

Metode penentuan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* dengan kriteria berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kabupaten Magetan dan pernah melakukan pembelian minimal 2x. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner dan wawancara, sedangkan data sekunder dari BPS, jurnal, dan penelitian terdahulu.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang disebarakan secara *online* berupa *google form*, wawancara langsung dengan responden dan studi pustaka.

Metode Pengujian Instrumen

Sebelum melaksanakan penelitian, diperlukan pengujian terhadap instrumen penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan sudah valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan 30 sampel.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai r hitung $>$ r tabel

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's alpha* dimana apabila nilai lebih besar dari 0,6 maka instrument penelitian dapat dikatakan reliabel.

Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Model estimasi yang digunakan untuk menentukan persamaan regresi pada penelitian ini adalah *Ordinary Least Square* (OLS).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan :

Y: Variabel terikat (*dependent*)

α : Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$: Koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$: Variabel bebas (*independent*)

e : error = 0

Uji model regresi dilakukan dengan melihat hasil uji koefisien determinasi, uji F mengetahui pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen, dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial setiap variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Geografis Kabupaten Magetan

Kabupaten Magetan berdasarkan letak geografisnya berada di wilayah ujung barat Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Ngawi (Utara), Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Wonogiri (Selatan), Kabupaten Madiun (Timur), dan Kabupaten

Karanganyar (Barat). Kabupaten Magetan memiliki luas wilayah seluas 688,84 km². Rata-rata ketinggian dataran di Kabupaten Magetan adalah 310 mdpl dengan suhu udara berkisar antara 16°C-26°C. Pada tahun 2022 jumlah penduduk Kabupaten Magetan terdapat 678,343 jiwa dengan presentase 49,18% penduduk laki laki dan 50,82% penduduk perempuan.

Gambaran Umum Objek Penelitian

Bluder Cokro merupakan merek produk roti berbahan dasar kuning telur dan tepung terigu yang diproduksi oleh CV. COKRO ABADI yang didirikan pertama kali oleh Ibu Suzana sejak tahun 1989 dan dilanjutkan oleh Hary Sasono. Bluder Cokro dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu Bluder Standar yang dijual dengan kisaran harga Rp10.000,00 per buah dan memiliki varian rasa yaitu original, coklat, kismis, keju, bluberi, stoberi, nanas, tiramisu, coklat keju, *gold cheese*, coklat kacang, dan kacang dan Bluder Spesial yang dijual dengan kisaran harga Rp12.000,00 per buah dan memiliki varian rasa yaitu : kopi, *green tea*, taro, klepon, nutrisari, dan tropicana slim. Bluder cokro diproduksi menggunakan teknologi modern berstandar *food grade* dan bersertifikasi halal dari MUI agar kualitas tetap terjaga sampai tangan konsumen.

Karakteristik Umum Responden

Karakteristik umum responden menggambarkan suatu kondisi umum responden yang diteliti yaitu konsumen Bluder Cokro. Data yang diambil meliputi usia, jenis kelamin, alamat, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan waktu terakhir konsumsi. Responden penelitian didominasi usia remaja akhir yaitu 17 – 25 tahun sebesar 70% yang mayoritas berejenis kelamin perempuan sebanyak 63,3%. Tingkat pendidikan responden mayoritas S1/ sederajat sebanyak 45%. Pekerjaan mayoritas responden ialah pelajar/mahasiswa dengan presentase 38,3% dan pegawai swasta sebesar 31,7%. Mayoritas responden berpenghasilan atau mendapat uang saku kurang dari Rp1.500.000,- per bulannya dengan presentase 36,7%. Mayoritas responden terakhir mengonsumsi produk roti bluder cokro kurang dari satu minggu yang lalu atau selang beberapa hari sebelum mengisi kuesioner sebanyak 35%.

Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik dilakukan sebelum uji hipotesis dengan bantuan *software* SPSS versi 26.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-----------|
| N | | 60 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0,0000000 |
| | Std. Deviation | ,65083073 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,079 |
| | Positive | 0,079 |
| | Negative | -0,077 |
| Test Statistic | | 0,079 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,200 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai taraf signifikansi adalah 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Collinearity Statistics | | Keterangan |
|-------------|-------------------------|-------|---------------------------------|
| | Tolerance | VIF | |
| Produk | 0,499 | 2,002 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Harga | 0,447 | 2,237 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Lokasi | 0,436 | 2,293 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Promosi | 0,487 | 2,054 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Orang | 0,269 | 3,715 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Proses | 0,281 | 3,559 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Bukti Fisik | 0,374 | 2,677 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa setiap variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 serta memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

| No | Variabel | Sig. | Keterangan |
|----|-------------|-------|------------|
| 1 | Produk | 0,481 | Lolos |
| 2 | Harga | 0,189 | Lolos |
| 3 | Lokasi | 0,400 | Lolos |
| 4 | Promosi | 0,572 | Lolos |
| 5 | Orang | 0,434 | Lolos |
| 6 | Proses | 0,992 | Lolos |
| 7 | Bukti Fisik | 0,479 | Lolos |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel bebas berada di atas 0,05 (5%), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji model regresi dilakukan dengan melihat hasil uji koefisien determinasi (R^2). uji F (simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan setiap variabel terikat dan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil analisis data dengan *software* SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | |
|------------------------------|-----------------------------|------------|
| | B | Std. Error |
| (Constant) | -0,809 | 0,563 |
| <i>Produk</i> (X_1) | 0,056 | 0,060 |
| <i>Harga</i> (X_2) | -0,069 | 0,065 |
| <i>Lokasi</i> (X_3) | 0,142 | 0,068 |
| <i>Promosi</i> (X_4) | 0,190 | 0,067 |
| <i>Orang</i> (X_5) | 0,232 | 0,079 |
| <i>Proses</i> (X_6) | 0,282 | 0,086 |
| <i>Bukti Fisik</i> (X_7) | 0,260 | 0,071 |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 5, hasil analisis regresi yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

$$\hat{Y} = -0,809 + 0,056X_1 - 0,069X_2 + 0,142X_3 + 0,190X_4 + 0,232X_5 + 0,282X_6 + 0,260X_7$$

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted RSquare | Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|------------------|-----------------------|
| 1 | 0.946 | 0.896 | 0.882 | 0.693254 |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,896. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik sebesar 89,6%. Sisanya sebesar 10,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji F

| | Model | F | Sig. |
|---|------------|--------|-------|
| 1 | Regression | 63,876 | 0,000 |
| | Residual | | |
| | Total | | |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

H1: Faktor produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 dan lebih kecil dari α (0,05). Hasil uji F diketahui bahwa secara simultan variabel produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), orang (X5), proses (X6), dan bukti fisik (X7) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk roti Bluder Cokro. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Ho ditolak dan H1 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji T

| | Model | T | Sig, |
|---|-------------|--------|-------|
| 1 | (Constant) | -1,437 | 0,157 |
| | Produk | 0,920 | 0,362 |
| | Harga | -1,071 | 0,289 |
| | Lokasi | 2,101 | 0,040 |
| | Promosi | 2,851 | 0,006 |
| | Orang | 2,931 | 0,005 |
| | Proses | 3,283 | 0,002 |
| | Bukti Fisik | 3,642 | 0,001 |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023.

H2: Faktor produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel produk sebesar 0,362 lebih besar dari α (0,05). Hal ini berarti Ho diterima dan H2 ditolak. Faktor produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli produk roti Bluder Cokro tidak memperhatikan faktor produk sebagai alasan utama dalam proses keputusan pembelian. Banyaknya varian rasa tidak memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena sebagian besar konsumen telah merasa yakin jika rasa Bluder Cokro tetap enak dan memiliki ciri khas tersendiri.

H3: Faktor harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel harga sebesar 0,289 lebih besar dari α (0,05). Hal ini berarti Ho diterima dan H3 ditolak. Faktor harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli produk roti Bluder Cokro tidak memperhatikan faktor harga sebagai alasan utama dalam proses keputusan pembelian.

H4: Faktor lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel lokasi sebesar 0,0040 kurang dari α (0,05). Hal ini berarti Ho ditolak dan H4 diterima. Faktor lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Konsumen produk roti Bluder Cokro menilai produk mudah diperoleh karena keberadaan penjual produk roti Bluder

Cokro dapat dijumpai dikalangan konsumen. Selain itu, konsumen menilai bahwa lokasi tempat penjualan produk roti Bluder Cokro memiliki area parkir yang luas sehingga mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian.

H5: Faktor promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel promosi sebesar 0,006 kurang dari α (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_5 diterima. Faktor promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Kegiatan promosi yang dilakukan dinilai telah berhasil dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mampu memberikan informasi mengenai karakteristik produk sehingga menimbulkan daya tarik untuk melakukan pembelian

H6: Faktor orang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel orang sebesar 0,005 kurang dari α (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_6 diterima. Faktor orang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Sikap keramahan pegawai, kecepatan pelayanan dan kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan konsumen terkait produk roti Bluder Cokro menjadi faktor yang diperhatikan konsumen. Pelayanan yang ramah dan cepat membuat konsumen merasa nyaman dalam proses keputusan pembelian.

H7: Faktor proses berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel proses sebesar 0,002 kurang dari α (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_7 diterima. Faktor proses berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian memperhatikan bagaimana proses pembayaran, pengemasan, pembayaran, hingga upaya dalam menangani keluhan konsumen.

H8: Faktor bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Diketahui tingkat signifikansi variabel bukti fisik sebesar 0,001 kurang dari α (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_8 diterima. Faktor bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan. Konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian memperhatikan bagaimana kondisi bangunan apakah sudah terawat dengan baik dan memiliki fasilitas yang lengkap sampai apakah produk bluder Cokro sudah tertata dengan rapi dan menarik untuk dilihat.

Upaya dalam mengetahui variabel bebas paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Tabel *Coefficients* Hasil Analisis

| Model | Standardizen Coefficients |
|------------------|---------------------------|
| | Beta |
| 1 (Constant) | |
| Produk (X1) | 0,058 |
| Harga (X2) | -0,072 |
| Lokasi (X3) | 0,142 |
| Promosi (X4) | 0,183 |
| Orang (X5) | 0,253 |
| Proses (X6) | 0,277 |
| Bukti Fisik (X7) | 0,267 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

H9: Faktor produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa variabel bebas yang memiliki nilai koefisien *Beta* tertinggi adalah faktor proses, yaitu sebesar 0,277 sehingga variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian pada produk roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan adalah faktor proses. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_9 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Arifin *et al* (2022) yang menunjukkan bahwa faktor produk berpengaruh paling dominan dibanding faktor 7P lainnya terhadap keputusan pembelian di CV. Karya Apik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Pengaruh faktor produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan. (2) Faktor lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan dan koefisien regresi bernilai positif. (3) Faktor promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan dan koefisien regresi bernilai positif. (4) Faktor orang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan dan koefisien regresi bernilai positif. (5) Faktor proses berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan dan koefisien regresi bernilai positif. (6) Faktor bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan dan koefisien regresi bernilai positif. (7) Faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan pembelian pada produk Roti bluder Cokro di Kabupaten Magetan adalah faktor proses. Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut: (1) Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan faktor yang paling dominan yaitu faktor proses yaitu dengan meningkatkan pelayanan dan kemudahan saat pembelian dan pembayaran. (2) kegiatan promosi melalui akun media sosial sebaiknya dilakukan secara aktif dan interaktif. (3) Sebaiknya membuka outlet yang mendekati konsumen agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen. (4) Sebaiknya meningkatkan fasilitas yang ada di outlet agar konsumen lebih merasa nyaman..(5) Sebaiknya meningkatkan pelayanan untuk membantu dan melayani konsumen selama proses keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. Z., Rosyidah I. M, Bisari, N. A. 2022. Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p terhadap Keputusan Pembelian CV. Karya Apik. *JIP Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol. 3(2) : 4875-4886.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2019. *Statistik Pengeluaran untuk Konsumsi Rumah Tangga Provinsi Jawa Timur 2019*. Surabaya : Badan Pusat Statistik.
- Kwok, L, Tang, Y., Yu, B. 2020. The 7 Ps Marketing Mix of Home-Sharing Services: Mining Travelers' Online Reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 90 : 1-11.
- Manik, S. & Rianti, B. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Sayur Broco Es Krim di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 8(1) : 162-170.
- Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Pasaribu, V. L. D., Karyanto, B., Ahdiyati, M. *et al*. 2021. *Pemasaran Kontemporer*. Bandung:

Ajeng Salsa Nareta: Faktor-Faktor Yang...

Widina Bhakti Persada.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.