

**PENGARUH KEMASAN DAN HARGA PRODUK SARI BUAH
MANGROVE SOMANO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MUSLIM**

SKRIPSI

Oleh :

ZULFA ISTIANAH

G74215190



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Zulfa Isti'annah

NIM : G74215190

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kemasan dan Harga Produk Sari Buah Mangrove Somano terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Mei 2019

Saya yang menyatakan,



Zulfa Isti'annah
NIM. G74215190

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Zulfa Istianah NIM. G74215190 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 15 Juni 2019

Pembimbing,



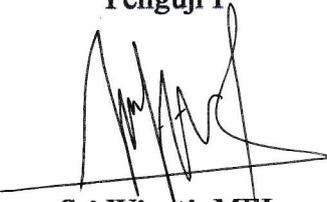
Sri Wigati, MEI
NIP. 1973022123009122001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Zulfa Istianah NIM. G74215190 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 19 Juni 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I


Sri Wigati, MEI
NIP. 197302212009122001

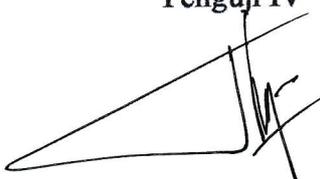
Penguji II


Ana Toni Roby Candra Y., M.SEI
NUP. 201603311

Penguji III


Abdul Hakim, M.EI
NIP. 197008042005011003

Penguji IV


Hanafi Adi Putranto, M.Si
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 10 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,


Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zulfa Istianah
NIM : G742165190
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
E-mail address : Zulfaarpansa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KEMASAN DAN HARGA PRODUK SARI BUAH MANGROVE

SOMANO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Agustus 2019

Penulis

(Zulfa Istiana)

nama terang dan tanda tangan

mangrove juga digunakan untuk mengurangi pengikisan tanah oleh aliran air (erosi). Tumbuhan mangrove yang banyak dijumpai di pesisir Wonorejo Rungkut Surabaya, saat ini bukan sekedar sebagai tanaman yang digunakan sebagai pelindung dari pengikisan air laut dan sebagai sumber makanan bagi makhluk hidup lainnya saja serta sebagai tempat wisata. Banyaknya buah mangrove yang jatuh yang seringkali dibiarkan dan menjadi sebuah sampah membuat Karjono untuk berinisiatif mengolahnya sebagai produk yang bermanfaat. Kini buah mangrove dapat digunakan sebagai olahan pangan buah bogem yang memiliki nama latin *sonneratua cascolaris* yang tergabung pada UMKM rungkut Surabaya dapat mengolahnya menjadi minuman yang dikenal dengan sari buah mangrove. Di tempat wisata Rungkut Wonorejo mereka menjual produk tersebut. Meskipun tergolong sebagai produk baru, namun produk ini telah memiliki banyak peminat khususnya warga sekitar Surabaya.

Seperti halnya produk mangrove somano yang merupakan industri rumah tangga bergerak pada bidang minuman. Pelaku usaha sari buah mangrove dalam kemasan tersebut belum mencantumkan labelisasi halal dan tanggal kadaluarsa. Tidak adanya label halal akan membuat konsumen bertanya produk mangrove somano menggunakan bahan-bahan yang sesuai dengan standar. Dan tidak adanya tanggal kadaluarsa yang tercantum akan membuat konsumen kebingungan apakah produk tersebut masih bisa dikonsumsi atau tidak, mengingat produk ini jika dikonsumsi melebihi tiga hari akan berubah rasa dan mengeluarkan gas seperti minuman yang mengandung karbonasi atau dikenal dengan tuak. Dalam Shahih Bukhari 1655 :

keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa sastra Universitas Brawijaya. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan sastra 1 universitas brawijaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan produk oishi pillows berpengaruh sebesar 19,7% terhadap keputusan pembelian, artinya terdapat pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian namun sangat kecil. Dan sebesar 80,3% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian, namun tidak dibahas dalam penelitian tersebut.

2. Nanda Resmi Dan Tri Wismiarsi, dalam penelitiannya yang berjudul “pengaruh kemasan dan harga pada keputusan pembelian minuman isotonik”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman isotonik. Objek dalam penelitian ini 261 responden yang terdiri dari karyawan dan mahasiswa di jakarta selatan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan kemasan (bentuk, ukuran, material) dan harga (*price acceptance, price evaluation, perceived price*) terhadap keputusan pembelian minuman isotonik, diperoleh bahwa kemasan dan harga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 30,7% terhadap keputusan pembelian. Namun harga memiliki pengaruh yang lebih

besar dibanding kemasan. Sebaliknya sebesar 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut.

3. Muhammad Cusnul Akrom, dalam penelitian skripsinya yang berjudul “pengaruh kemasan, harga, dan promosi terhadap keputusan proses keputusan pembelian konsumen kripik paru UMKM sukorejo kendal”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dengan menggunakan *accidental sampling* berjumlah 120 yang dilakukan pada tahun 2013. Hasil penelitian ini menunjukkan signifikansi kemasan sebesar 0,000 signifikansi harga sebesar 0,002 dan signifikansi promosi sebesar 0,004. Artinya terdapat pengaruh kemasan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.
4. Dian Adi Anggraeni, dalam penelitiannya yang berjudul “pengaruh pengemasan dan pelabelan pada penerimaan mi kering berbahan baku tepung komposit ubi jalar dan kedelai”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengemasan dan pelabelan pada produk mi kering dengan menggunakan objek penelitian sebanyak 32 responden yang terdiri dari swasta, pelajar dan mahasiswa, ibu rumah tangga, PNS, dan petani. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 ini menghasilkan bahwa penerimaan responden terhadap kemasan dan *labelling* mi kering berbahan baku tepung komposit kedelai dan ubi jalar masih

rendah. Responden mendapati bahwa beberapa informasi seperti berat bersih dan tanggal kadaluwarsa produk masih belum jelas.

5. Susilowati Budiningsih, et.,al dalam jurnal penelitiannya yang berjudul, “pengaruh harga dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang pembeli produk pop mie. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 ini menghasilkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara positif dengan ditunjukkan nilai koefisien regresi harga sebesar 0,511. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian, sedangkan pada kemasan mendapat nilai koefisien sebesar 0,364 artinya konsumen dalam memilih produk juga mempertimbangkan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan.
6. Didit Darmawan, dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik yang menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut yakni *accidental sampling* atau dalam pengambilan sampel akan ditentukan jika dianggap tepat oleh peneliti. Data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisioner secara langsung kepada

responden yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS berupa uji validitas dan reliabilitas, analisis linier berganda, Uji-T, F-Test dan analisis *variance* (Anova). Penelitian yang telah dilakukan pada tahun 2017 ini menghasilkan hipotesis bahwa kemasan dan harga keduanya mempunyai yang signifikan pengaruh bagi keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat mendeskripsikan posisi penelitian yang dilakukan antara penelitian terdahulu dengan penulis berbeda. Karena penelitian yang dilakukan oleh penulis ini lebih memfokuskan kepada objek konsumen muslim, dalam hal ini konsumen muslim akan lebih selektif ketika memutuskan produk yang akan dikonsumsi. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif asosiatif

C. Kerangka konseptual

Berdasarkan uraian mengenai tinjauan pustaka, konsep-konsep dasar penelitian terdahulu, maka disusun sebagai kerangka konseptual yang merupakan kombinasi dari teori dan hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan masalah penelitian ini sebagaimana disajikan pada kerangka konseptual sebagai berikut:

signifikansi untuk variabel faktor kemasan yakni 0,098 lebih besar dari α (0,05), atau $0,098 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara faktor kemasan (X1) produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (Y) secara parsial.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen muslim dipengaruhi oleh tidak dipengaruhi oleh faktor kemasan. Dengan nilai koefisien regresi ada variabel faktor kemasan yakni -0,176 atau -17,6% yang berarti jika nilai faktor kemasan mengalami kenaikan dan variabelnya konstan atau tetap, maka keputusan pembelian konsumen muslim akan mengalami penurunan sebesar 17,6%. Selain itu, koefisien faktor kemasan (X1) dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai negatif yang berarti kedua variabel tersebut berhubungan negatif atau berlawanan, dimana penurunan nilai faktor kemasan akan mengakibatkan penurunan keputusan pembelian konsumen muslim.

Jadi, konsumen muslim yang berkunjung di wisata mangrove rata-rata tidak memperhitungkan faktor kemasan produk sari buah mangrove somano tersebut. Seperti halnya pendapat Sulistyowati (65) salah satu pengunjung wisata hutan mangrove yang membeli produk sari buah mangrove somano. Menurutnya ada atau tidaknya label halal, tanggal kadaluarsa dan ijin edar pada kemasan tidaklah penting, sebab produk sari buah mangrove yang dibeli merupakan produk minuman yang

masyarakat. Rasa penasaran ingin untuk mengetahui dan mengenal mengenai produk sari buah mangrove, sehingga membuat konsumen tertarik membeli produk tersebut. Produk yang berbahan dasar dari buah mangrove mampu memunculkan persepsi konsumen jika produk berbahan dasar dari buah sudah termasuk produk halal, sehingga konsumen tidak mempertimbangkan informasi yang ada pada kemasan.

2. Pengaruh faktor harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim

Untuk dapat mengetahui pengaruh harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim secara parsial yakni menggunakan uji t, yang mana uji dipergunakan untuk mengetahui pengaruh signifikansi masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Berdasarkan data yang diolah dengan SPSS 20 pada bab IV, dapat diketahui hasil analisis apakah terdapat pengaruh faktor harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim yang sesuai dengan rumusan masalah dan juga tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.12 diperoleh nilai t hitung untuk variabel faktor harga yakni 2,164. Kemudian membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Diketahui bahwa t tabel $(0,025;47)= 2,010$ Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa

nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $2,164 > 2,010$. Nilai signifikansi untuk variabel faktor harga yakni $0,036$ yang mana nilai tersebut kurang dari α ($0,05$) yakni $0,036 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor harga (X_2) produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) muslim secara parsial.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya keputusan pembelian produk sari buah mangrove somano dipengaruhi oleh faktor harga. Nilai koefisien regresi variabel faktor harga yakni $0,392$ atau $39,2\%$ yang berarti jika nilai faktor harga mengalami kenaikan dan variabel konstan atau tetap, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar $39,2\%$. Koefisien faktor harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai positif atau searah yang mana kenaikan nilai faktor harga akan mengakibatkan terjadi kenaikan cukup sedang pada keputusan pembelian konsumen muslim. Dari hasil olah data, didapatkan dari 50 responden rata-rata mereka menyatakan bahwa harga produk somano cukup murah dan terjangkau ditambah dengan harga yang cukup murah mereka bisa memperoleh banyak khasiat dari sari buah mangrove. Untuk itu penting seseorang mempertimbangkan harga guna dapat meningkatkan sebuah keputusan pembelian konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni harga. Menurut Kotler harga ialah jumlah biaya yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa yang akan kita peroleh. Secara luasnya, harga ialah

untuk itu penting bagi pemilik usaha mempertahankan harga yang ditawarkan agar dapat memperoleh tempat untuk produknya bisa dikenal oleh masyarakat luas khususnya.

B. Pengaruh Kemasan dan Harga Produk Sari Buah Mangrove Somano terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Untuk dapat mengetahui kedua variabel bebas (kemasan dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara simultan dapat melihat pada uji determinasi. Uji determinasi digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dalam bentuk persen. Nilai (R_{square}) dapat diketahui dari hasil analisis regresi dalam penelitian ini yakni pada tabel 4.14 model summary. Berdasarkan tabel tersebut, nilai (R_{square}) yakni 0,101 atau 10,1%. Artinya bahwa presentase pengaruh faktor kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sari buah mangrove somano sebesar 10,1%, persentase tersebut dianggap rendah untuk dapat menunjukkan hasil yang berpengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau dengan kata lain, variabel keputusan pembelian produk sari buah mangrove somano dapat dijelaskan oleh faktor kemasan dan harga sebesar 10,1%. Sedangkan sisanya $(100\% - 10,1\%) = 90,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dedy Ansari Harahap, menyebutkan dalam penelitiannya bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian yakni lokasi, kelengkapan produk dan harga.⁹³ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh menurutnya terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni faktor internal dan faktor eksternal. Dalam faktor internal terdiri dari motivasi sedangkan pada faktor eksternal yang terdiri dari harga, produk, lokasi, promosi dan pelayanan.⁹⁴

Untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya faktor pengaruh kemasan dan harga terhadap variabel keputusan pembelian secara simultan atau bersama-sama dapat diketahui melalui Uji F. Dari hasil regresi pada tabel 4.14 hasil uji F, didapatkan, nilai F hitung yakni sebesar 2,630 dengan nilai signifikansi 0,083. Dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih kecil dari F tabel yakni $2,630 < 3,19$ dan nilai sig lebih besar dari 0,05 yakni $0,083 > 0,05$. Artinya bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara faktor kemasan dan harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim secara simultan atau bersamaan.

Kemasan dan harga sebuah produk akan dianggap penting jika sebuah produk tersebut telah memiliki tempat tersendiri di masyarakat. Ketika produk baru tersebut telah banyak dikenal oleh masyarakat maka secara langsung akan meningkatkan keputusan pembelian, sebab konsumen yang

⁹³ Dedy Ansari Harahap, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJASU) Medan” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* No. 3 Vol.7 (November 2015), 229.

⁹⁴ Arina Maharani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Bakso Sari Gurih Pak Ratno” (skripsi—Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 114.

hitung dengan t tabel. Diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel $(0,025;47) = 2,011$. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $2,164 > 2,011$. Sedangkan untuk nilai signifikansi pada faktor harga yakni $0,036$ yang mana nilai tersebut kurang dari $\alpha (0,05)$ yakni $0,036 < 0,05$. Yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor harga (X2) produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (Y) secara parsial.

2. Secara simultan, pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama dapat diketahui melalui uji F. Dari hasil regresi pada tabel 4.14, didapatkan nilai F hitung $2,630$. nilai F hitung yakni $2,630$ dengan nilai signifikansi $0,083$. Dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih kecil dari F tabel yakni $2,630 < 3,19$ dan nilai sig lebih besar dari $0,05$ yakni $0,083 > 0,05$. Artinya bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara faktor kemasan dan harga produk sari buah mangrove somano terhadap keputusan pembelian konsumen muslim secara simultan atau bersamaan.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha mangrove soomano penting untuk meningkatkan inovasi produk, terutama memasukkan label halal, tanggal kadaluwarsa dan legalitas produk pada kemasan sari buah mangrove somano guna

