

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TAHU PADA USAHA SUMBER
REJEKI UDIN DI LINGKUNGAN SALEPPA KELURAHAN
BANGGAE KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE**

**SUNDARI
A0120352**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
2025**



**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sundari

Nim : A0120352

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tahu pada Usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa Kelurahan Banggae Kecamatan Banggae Kabupaten Majene”** adalah benar merupakan karya saya dibawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 08 Mei 2025


Sundari
NimA0120352


METERAI
TEMPEL
AFALX354548368

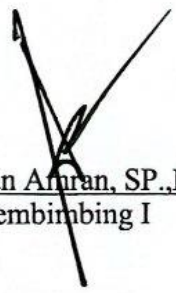
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tahu
pada Usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa Kelurahan
Banggae Kecamatan Banggae Kabupaten


Nama : Sundari

NIM : A0120352

Disetujui oleh:



Dr. Arman Arman, SP., M.P
Pembimbing I




Muhammad Arhim, SP., M.Si
Pembimbing II

Diketahui oleh:



Dekan
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Prof. Dr. Ir. Kaimuddin, M. Si
NIP 196005121989031003

Ketua Program Studi
Agribisnis



Astina, SP., M.Si
NIP 199007222024212036

Tanggal Lulus: 19 Juni 2025

ABSTRAK

SUNDARI Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tahu pada Usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa Kelurahan Banggae Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. Dibimbing oleh **ARMAN AMRAN** dan **MUHAMMAD ARHIM**.

Tahu merupakan salah satu makanan tradisional hasil fermentasi yang terkenal karena rasanya enak, harganya murah dan nilai gizinya pun tinggi. Karena harga yang murah tahu dikenal sebagai makanan rakyat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 67 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan ada uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinasi untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi menunjukkan adanya kontribusi positif secara parsial atau terpisah, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tahu pada usaha sumber rejeki udin. Berdasarkan hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan dari pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : keputusan pembelian, kualitas produk

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman pangan merupakan tanaman yang dapat menghasilkan kebutuhan nutrisi penting bagi tubuh, seperti karbohidrat kompleks maupun protein yang baik untuk kesehatan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia dan kebutuhan dasar pangan yang terus meningkat, membuat tanaman kedelai menjadi salah satu tanaman pangan yang penting di Indonesia, kedelai menjadi komoditas terpenting ketiga setelah padi dan jagung (Bappenas, 2014). Kedelai menjadi sumber protein non hewani yang terkenal di Indonesia. Karena masyarakat Indonesia memanfaatkan kedelai sebagai bahan baku utama pembuatan tahu yang merupakan salah satu makanan yang banyak digemari masyarakat Indonesia (Arifin, 2021).

Indonesia menjadi negara dengan konsumsi kedelai terbesar di dunia setelah Tiongkok. Sebagian besar pasokan kedelai dalam negeri terserap untuk kebutuhan produksi tahu dan tempe. Namun, pasokan dalam negeri tersebut hanya mampu memenuhi 20 persen. Sedangkan sisanya atau lebih dari 80 persen dipenuhi melalui impor setiap tahunnya. Dari total volume impor itu, sekitar 70 persen di antaranya dialokasikan untuk produksi tempe, 25 persen untuk produksi tahu, dan sisanya untuk produksi lain (Ahmad, 2022).

Berdasarkan jumlah konsumsi makanan mengandung kedelai Sulawesi Barat dalam tiga periode mengalami peningkatan dari tahun ke tahun pada tahun 2019 konsumsi mencapai 3.782 kg/kap, kemudian pada tahun 2020 sebesar 3.598 kg/kap dan meningkat kembali pada tahun 2021 sebesar 3.932 kg/kap (Statistik ketahanan pangan, 2022).

Kabupaten Majene adalah salah satu kabupaten atau kota yang terletak di Sulawesi Barat. Kabupaten Majene dijuluki sebagai kota pendidikan dengan jumlah penduduk pada tahun 2021 sebesar 175.78 jiwa menurut badan pusat statistik Kabupaten Majene. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan penyebaran informasi yang sangat cepat, mendorong Kabupaten Majene menjadi salah satu pusat perdagangan. Salah satu jenis usaha yang ada di Kabupaten

Majene yaitu usaha pembuatan tahu yang berskala rumah tangga. Walaupun berskala rumah tangga, tahu memiliki peluang yang menjanjikan dikarenakan tahu adalah salah satu makanan dengan kandungan gizi yang baik dengan harga terjangkau (Badan Pusat Statistik, 2022).

Salah satu usaha pembuatan tahu yang ada di Kabupaten Majene adalah Sumber Rejeki Udin yang berada di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae. Sumber Rejeki Udin menjadi satu-satunya usaha pembuatan tahu yang ada di Kelurahan Saleppa. Tahu yang merupakan salah satu makanan tradisional hasil fermentasi, umumnya terbuat dari bahan baku kedelai yang difermentasi dengan asam cuka atau asam laktat.

Namun ada beberapa masalah yang dialami oleh para konsumen tahu yaitu masalah kualitas tahu. Para konsumen mengeluhkan tingkat kematangan tahu yang kurang pas membuat tahu mudah hancur atau terlalu kering, keluhan tentang kualitas tahu bukan hanya datang dari konsumen yang bekerja sebagai pedagang makanan tetapi konsumen lain juga mengalami masalah tersebut. Konsumen tahu juga mengeluhkan terkait jumlah tahu yang dipesan kadang kurang 2-3 potong tahu. Kemudian terkait ukuran dan bentuk tahu potong yang ditawarkan ke konsumen ukuran dan bentuk tahu tidak seragam. Ukuran tahu yang dipasarkan ke konsumen terkadang memiliki ukuran kecil ataupun besar, serta kualitas rasa yang ditawarkan juga tidak konsisten.

Tabel 1.2. Data Produksi Tahu pada Sumber Rejeki Udin, 2022-2023

No	Tahun	Produksi Tahu per kantong	Harga Jual Tahu
1	2022	47.450	Rp.60.000 /kantong
2	2023	36.500	Rp.60.000 /kantong

Sumber: Data Primer

Tabel 1 menunjukkan data produksi dan harga jual tahu dari usaha Sumber Rejeki Udin selama dua tahun, yaitu tahun 2022 dan 2023. Dimana produksi tahu Sumber Rejeki Udin mengalami penurunan dari tahun 2022 ke tahun 2023. Pada tahun 2022, produksi mencapai 47.450 kantong, sedangkan pada tahun 2023, produksinya turun menjadi 36.500 kantong. Permasalahan ini menyebabkan usaha

Sumber Rejeki Udin harus mengambil tindakan untuk meningkatkan penjualan dan jika tidak berniat untuk mengatasi situasi tersebut kemungkinan akan mengurangi pelanggan dan pendapatan Sumber Rejeki Udin.

Terdapat banyak faktor yang membuat konsumen terpengaruh dalam membeli produk, antara lain kualitas produk, harga, cara promosi serta pelayanan penjual. Namun, dari berbagai faktor dalam keputusan pembelian, penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk. Karena menurut pendapat Sari dan Prihartono (2021), menyatakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu hal penting yang ditelaah oleh calon pembeli saat akan membeli sesuatu baik berupa barang maupun jasa yang akan dibeli.

Kualitas produk merupakan sesuatu yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan yang ditawarkan ke pasar agar dapat dipunyai, diperhatikan, digunakan, ataupun dikonsumsi. Maka, dari hal tersebut perusahaan harus mempersiapkan kualitas produk yang bernilai mutu tinggi, agar produk tersebut menjadi produk yang populer dibandingkan dengan kualitas produk pesaing. Jika hal tersebut sudah dimiliki oleh perusahaan, kualitas produk sudah sesuai dengan kebutuhan dan juga diharapkan oleh calon pembeli saat memutuskan pembelian suatu barang yang akan dibelinya. Dalam meningkatkan kualitas produk, perusahaan harus terus bekerja keras dalam memperbaiki dan menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap kualitas produk itu sendiri dalam keputusan pembelian calon konsumen.

Penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Mailina dan Rosmita (2023), berpendapat bahwa kualitas produk mempunyai hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian, dimana variabel kualitas memiliki pengaruh sebesar 58% terhadap keputusan pembelian. Rahayau (2017), juga berpendapat bahwa keputusan pembelian konsumen mempunyai hubungan positif dengan variabel kualitas produk. Di lain pihak menurut penelitian yang dilakukan Maiza (2022), berpendapat bahwa kualitas produk tidak berhubungan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terkait kualitas produk terhadap keputusan pembelian penting untuk dilakukan, karena perbaikan kualitas produk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga mereka lebih mungkin untuk membeli kembali

produk tersebut. Serta peningkatan kualitas bahan baku dan meningkatkan pengendalian kualitas produk juga akan berdampak positif pada penjualan dan keuntungan perusahaan. Oleh Karena itu, penelitian terkait kualitas produk penting untuk dilakukan.

Berdasarkan uraian masalah yang dihadapi di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tahu pada Usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa, Kelurahan Banggae, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut.

1. Bagi Universitas diharapkan dapat menambah literatur bagi Mahasiswa Fakultas Pertanian dan Kehutanan Program Studi Agribisnis dalam memperluas pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Bagi usaha Tahu Sumber Rejeki Udin hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya di masa mendatang.
3. Bagi konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dalam hal pengambilan keputusan pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kedelai

Kedelai Kedelai (*Glycine max* L.) merupakan tanaman pangan berupa semak yang tumbuh tegak. Tanah-tanah yang cocok untuk pertumbuhan kedelai, yaitu alluvial, regosol, grumosol, latosol, dan andosol. Tanaman kedelai bisa tumbuh baik pada daerah yang memiliki curah hujan sekitar 100-400 mm/bulan. Kedelai termasuk salah satu jenis polong-polongan yang memiliki kandungan nutrisi yang begitu baik untuk tubuh. Kedelai banyak digunakan dalam berbagai pangan seperti tempe, tahu, susu kedelai, tauco, kembang tahu, oncom, dan kecap (Sadewa, 2018).

Kedelai utuh mengandung berbagai nutrisi penting. Dalam 100 gram kedelai utuh mengandung mangan, selenium, tembaga, kalium, fosfor, magnesium, zat besi, kalsium, vitamin B6, folat, riboflavin (vitamin B2), thiamin (vitamin B1), dan vitamin K. selain itu kedelai juga mengandung: 173 kalori, 9 gram lemak, 10 gram karbohidrat (6 gram diantaranya adalah serat), dan 17 gram protein. Kedelai merupakan sumber protein yang bagus dibandingkan dengan kandungan protein pada tumbuhan lain, walaupun tidak sebaug daging atau telur.

2.2. Pengusaha Tahu

Salah satu jenis pengusaha yang bergerak di bidang pengolahan makanan dari bahan baku kedelai dikenal sebagai pengusaha tahu, karena mereka berasal dari sektor rumah tangga, rata-rata pengusaha tahu disebut sebagai Pengusaha Rumah Tangga (IRT) pembuatan tahu. Peralatan produksi bersifat manual hingga semi-otomatis (Maryati, 2022). Pengusaha tahu rumahan adalah pengusaha dengan tenaga kerja dan modal yang kecil dan menggunakan peralatan produksi sederhana. Bisnis tersebut dijalankan secara mandiri, pemilik bertanggung jawab atas semua keuntungan dan kerugian. Selain anggota keluarga dari setiap pemilik bisnis, tenaga kerja tidak mengambil dari lingkungan sekitar (Djayanti, 2015). (Maryanty, 2022) pengusaha yang memproses kedelai biasanya dikenal sebagai pengusaha skala rumah tangga yang dikelola mandiri oleh kepala keluarga dan anggotanya, dengan jumlah pekerja rata-rata antara satu dan lima orang.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki, badan pusat statistik (BPS) membagi pengusaha di Indonesia menjadi empat kelompok, yaitu:

1. Pengusaha besar adalah perusahaan atau pengusaha pengolahan yang memiliki tenaga kerja lebih dari 100 orang.
2. Pengusaha sedang adalah perusahaan atau pengusaha pengolahan yang memiliki tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang.
3. Pengusaha kecil adalah perusahaan atau pengusaha pengolahan yang memiliki tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang.
4. Pengusaha kerajinan rumah tangga adalah perusahaan atau pengusaha pengolahan yang memiliki tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang.

2.3. Tahu

Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang populer, selain rasanya enak, harganya murah, nilai gizinya pun tinggi. Bahan makanan ini diolah dari kacang-kacangan khususnya kedelai. Tahu pertama kali muncul di Tiongkok sejak zaman dinasti Han sekitar 2200 tahun yang lalu. Penemunya adalah Liu An (Hanzi) yang merupakan bangsawan, cucu dari kaisar Han Gaozu, Liu Bang yang mendirikan Dinasti Han. Dimana tahu dibawa perantau China, hingga makanan ini menyebar ke Asia Timur dan Asia Tenggara, hingga akhirnya ke seluruh dunia (Rasid *et al.*, 2022).

Menurut Rafi *et al.*(2019), karena harga yang murah, tahu dikenal sebagai makanan rakyat. Pada umumnya tahu dijadikan sebagai lauk pauk untuk menggantikan daging (protein hewani), karena lebih murah dari pada daging. Bukan hanya murah, tetapi tahu juga disukai karena sehat dan dapat dibuat menjadi berbagai macam masakan.

Tahu diproduksi dengan cara memanfaatkan sifat protein yang akan berubah menggumpal bila bereaksi dengan asam (cuka). Penggumpalan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak di seluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula tercampur dalam sari kedelai akan terperangkap di dalamnya. Pengeluaran air yang terperangkap tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tekanan. Semakin besar tekanan yang diberikan, semakin banyak air dapat dikeluarkan dari gumpalan protein. Gumpalan protein itulah yang kemudian disebut sebagai tahu (Widaningrum, 2015).

Berikut empat jenis olahan tahu yang populer di Indonesia, antara lain:

1. Tahu putih adalah jenis tahu yang paling umum dipasarkan dan dapat diolah menjadi berbagai macam hidangan. Tahu putih mempunyai rasa yang cukup hambar namun dengan proses pemasakan yang tepat, umumnya dijual dalam bentuk persegi panjang atau persegi dengan berbagai ukuran yang dikemas menggunakan plastik.
2. Tahu kuning, warna kuning pada tahu berasal dari rempah kunyit yang dimanfaatkan untuk merendam tahu sebelum dikemas. Tahu kuning memiliki tekstur yang lebih padat. Tahu kuning biasa diolah dengan cara digoreng, ditumis dan sebagai isian sup.
3. Tahu Pong adalah tahu yang telah digoreng dengan menggunakan minyak yang panas hingga mengembang dan bolong di bagian tengahnya. Tahu pong memiliki rasa yang gurih karena telah ditambahkan garam sebelum maupun setelah digoreng.
4. Tahu bulat hampir mirip dengan tahu pong yang membedakan tahu bulat digoreng secara dadakan sehingga cocok disantap selagi hangat.

Menurut Midayanto dan Yuwono (2014), SNI merupakan salah satu standar yang berlaku secara umum dalam tingkat nasional di Indonesia. Parameter yang terkandung pada SNI tahu adalah sifat fisik, kimia, dan mikrobiologi. Parameter dalam SNI menjadi acuan untuk melihat baik buruknya kualitas tahu.

Berdasarkan Badan Standar Nasional Indonesia (SNI) 01-3142-1992 pada tahun 1992 tentang syarat mutu tahu.

Tabel 2.1. Syarat Mutu Tahu

No	Jenis uji	Satuan	Persyaratan
1	Keadaan:		
1.1	Bau		Normal
1.2	Rasa		Normal
1.3	Warna		Putih normal/ kuning normal
1.4	Penampakan		Normal tidak berlendir dan tidak berjamur

Sumber : Syarat Mutu Tahu (SNI) 01-3142-1992,1992

2.4. Kualitas Produk

Menurut Astuti dan Nurhafifah (2020), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut. Sedangkan menurut (Punama dan Rialdy, 2019) kualitas produk (*product quality*) menjadi keseluruhan ciri serta sifat barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat, yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan calon konsumen.

Dari pengertian kualitas produk diatas dapat diartikan bahwa kualitas produk menjadi faktor penting yang dapat menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan itu bernilai dalam sudut pandangan konsumen dan merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi. Dimana konsumen akan membeli produk jika merasa cocok, sehingga produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk berhasil.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Produk

Menurut Firmansyah (2019), ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu:

1. *Market* (Pasar) Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif.
2. *Money* (Uang) Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (marjin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatis dan pemakaian mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru.
3. *Management* (Manajemen) Tanggungjawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk.
4. *Men* (Manusia) Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus.
5. *Motivasi* (Motivasi) Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa

sebagian hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan.

6. *Material* (Bahan) Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat daripada sebelumnya.
7. *Machine and Mechanization* (Mesin dan Mekanik) Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan kedalam mesin tersebut.
8. *Modern Information Metode* (Metode Informasi Modern) Untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya.
9. *Mounting Product Requirement* (Persyaratan Proses Produksi) Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Mustofa (2021), *food quality* secara garis besar dapat dipengaruhi faktor-faktor sebagai berikut: warna, Penampilan, Porsi, Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Rasa dan Tingkat Kematangan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa indikator dari kualitas produk antara lain: Rasa, Warna, Tekstur, Tingkat Kematangan, Porsi, dan Penampilan. Sedangkan indikator lain tidak peneliti gunakan dengan alasan menyesuaikan dengan produk yang diteliti.

1. Rasa

Rasa adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari rasa tahu, yang akan dievaluasi konsumen. Titik perasa dari lidah akan mendeteksi rasa yaitu manis, asam, asin dan pahit.

2. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa

supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

3. Tekstur

Adalah serangkaian anggapan tentang fisik tahu. Tekstur meliputi sifat kilap permukaan, kekasaran atau kehalusan permukaan, basah atau kering, lunak atau keras, yang dapat dirasakan oleh indra peraba dan perasa, termasuk indera mulut dan penglihatan.

4. Tingkat Kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya wortel yang direbus cukup akan menjadi lunak daripada wortel yang direbus lebih cepat. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera sendiri-sendiri tentang tingkat kematangan.

5. Porsi

Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut standard portion size.

6. Tanampilan

Ungkapan “*looks good enough to eat*” bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan. Sebaliknya hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati. Penampilan tahu biasanya menyangkut warna, ukuran, dan juga bentuk tahu.

2.5. Keputusan Pembelian

Berdasarkan Satdiah *et al.* (2023), keputusan pembelian konsumen ialah tindakan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu barang. Oleh karena itu, keputusan pembelian ialah langkah-langkah dalam memilih satu diantara berbagai opsi untuk menyelesaikan masalah dan tindakan lanjutannya. Kemudian menurut Maryati (2022), keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang melibatkan proses pertimbangan seperti produk atau jasa apa yang akan dibeli serta kualitasnya, berapa banyak, bagaimana cara membeli barang atau jasa tersebut.

Proses pengambilan keputusan adalah tentang bagaimana konsumen sebenarnya mengambil keputusan pembelian, hal ini dimulai dari tahapan dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2015), ada lima langkah-langkah pada proses keputusan pembelian:

1. Pengenalan masalah

Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan rangsangan internal maupun eksternal. Para pemasar dapat mengevaluasi beberapa informasi yang dinilai konsumen dalam seiring minat terhadap produk. Selain itu pemicu pembelian konsumen dapat dilihat dari strategi pemasaran.

2. Pencarian informasi

Sebelum melakukan pembelian konsumen terdorong mencari segala informasi dari suatu produk dengan bertanya kepada seseorang yang pernah melakukan pembelian atau melihat dari internet.

3. Penilaian informasi

Terdapat beberapa proses evaluasi konsumen adalah orientasi kognitif, yakin memandang konsumen sebagai pembuat pertimbangan mengenai produk terutama berlandaskan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

4. Keputusan pembelian

Jika keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. pada tahap ini konsumen benar-benar membeli produk.

5. Perilaku setelah membeli

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan, ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian.

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Maiza, *et al.* (2022), menyatakan terdapat indikator keputusan pembelian:

1. Kemantapan pada sebuah produk adalah dengan membuat produk yang

kualitasnya sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga mampu menunjang keputusan konsumen.

2. Kebiasaan dalam membeli produk adalah dengan melakukan pembelian secara terus-menerus dengan membeli produk yang sama.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain adalah dengan memberitahukan dan menyarankan kepada orang lain untuk bergabung bahwa ada sesuatu yang dapat dipercaya.
4. Melakukan pembelian ulang adalah dimana individu melakukan pembelian kedua dan pembelian selanjutnya setelah pembelian pertama memutuskan untuk membelinya lagi. Oleh karena itu, pembelian kedua dan selanjutnya itu disebut dengan pembelian ulang.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang berfungsi sebagai bentuk perbandingan yang akan dilakukan dengan yang sudah ada sebelumnya.

- 1) Rahayu (2017), melakukan penelitian dengan judul “pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada majalah media asuransi” (studi kasus PT.media asuransi Indonesia). Metode penelitian ini adalah analisis deskriptif verifikatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, keputusan pembelian majalah media asuransi, serta menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk dengan keputusan pembelian majalah media asuransi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, persamaan regresi adalah $Y=13,07+0,19X$, maka diketahui bahwa nilai korelasi sebesar 0,523. Dengan demikian terdapat hubungan positif yang sedang antara variabel X dan Y.
- 2) Mailina dan Rosmita (2023), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Mutiara Madu Kuansing”. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data uji T, uji koefisien determinasi, dan regresi linier sederhana. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu di CV Mutiara Madu Kuansing. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian produk madu pada CV Mutiara Madu Kuansing.

- 3) Maiza *et al.* (2022), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko nazurah hijab di kubang tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota”. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, regresi linear berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : indikator paling dominan pada variabel kualitas produk adalah kinerja dengan nilai TCR yaitu 90,9% indikator paling dominan pada variabel harga produk adalah persepsi harga dan manfaat dengan nilai TCR yaitu 92,2%, dan indikator paling dominan variabel keputusan pembelian konsumen adalah kemantapan pada sebuah produk dengan nilai TCR yaitu 92,4%. Kualitas produk secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Terbukti dari hasil uji t hitung yaitu -1,959 yang nilainya kecil dari t tabel 1,66105 dan nilai signifikan perhitungan yang didapatkan adalah sebesar $0,053 > 0,05$ jadi H_0 diterima H_a diterima. Harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Terbukti dari hasil uji t hitung yaitu 11,121 yang nilainya besar dari t tabel 1,66105 dan nilai signifikan perhitungan yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$ jadi H_0 tolak H_a diterima. Kualitas dan harga produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.7. Kerangka Pemikiran

Kualitas produk menjadi sebuah kekuatan bagi perusahaan, dimana kualitas produk menjadi penting bagi perusahaan penyedia produk seperti Usaha Tahu Sumber Rejeki Udin, banyak yang harus perusahaan tingkatkan pada kualitas produk yang mereka hasilkan agar perusahaan dapat berkembang diperlukan pengolahan yang baik serta sebisa mungkin memberikan kualitas produk terbaik dan bermanfaat sehingga menumbuhkan daya tarik, daya beli serta keputusan untuk terus membeli terhadap produk yang hasilkan.

Menurut Mustofa (2021), *food quality* secara garis besar dapat dipengaruhi faktor-faktor sebagai berikut: warna, tekstur, dan aroma. Daya Tahan (*durability*)

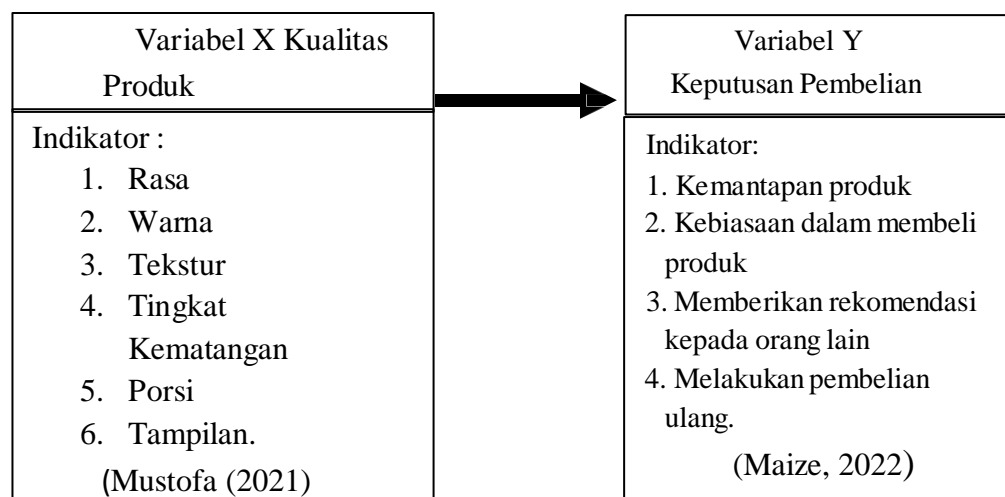
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa indikator dari kualitas antara lain: rasa, warna, tekstur, tingkat kematangan, porsi, tampilan. Sedangkan indikator lain tidak peneliti gunakan dengan alasan menyesuaikan dengan produk yang diteliti.

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli dan tidak membeli suatu produk, yang dipikirkan melalui sikap, kebiasaan, dan pengalaman yang pernah konsumen alami. Agar konsumen tidak pernah merasakan kekecewaan terhadap keputusan pembelian mereka perusahaan harus siap memberikan pengalaman yang baik, transaksi mudah dan kualitas yang terbaik.

Menurut Maiza *et al.* (2022), menyatakan terdapat beberapa indikator keputusan pembelian:

1. Kemantapan pada sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
4. Melakukan pembelian ulang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk tahu. Maka jika digambarkan dalam bentuk skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang harus diuji kebenarannya mengenai masalah yang diteliti. Penelitian ini akan dirumuskan hipotesis guna memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin.

H_1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Bahwa faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tahu pada usaha Sumber Rejeki Udin di Lingkungan Saleppa adalah kualitas produk. Ini membuktikan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Dimana kualitas produk menjadi faktor penentu yang ditelaah oleh calon konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Dimana konsumen cenderung mempertimbangkan aspek rasa, warna, tekstur, tingkat kematangan, porsi dan tampilan.

Jika kualitas produk tahu yang ditawarkan oleh sumber rejeki udin baik atau berkualitas di mata konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk tahu.

6.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi usaha sumber rejeki udin, diharapkan bagi produsen untuk terus meningkatkan kualitas produk agar kualitas produk tetap bisa bersaing dengan para pesaing, guna mendorong peningkatan keputusan pembelian oleh konsumen.
2. Bagi penelitian selanjutnya: Disarankan agar perlu melakukan kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tahu tidak hanya satu faktor saja sesuai apa yang diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. 2022. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. 6(3):38-51.
- Arifin, SHA. 2021. Morfologi dan Siklus Hidup Spodoptera frugiferda J.E smith (Lepidoptera: Noctuidae) dengan pakan daun kedelai (*Glycine Max L.*) di Laboratorium Universitas Hasanuddin.
- Astuti, M. & Nurhafifah, M. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Aulia, N. Z., Indrasti, N. S., & Ismayana, Andes. 2023. Penerapan Produksi Bersih pada Industri Kecil Menengah (IKM) Pengolahan Tahu di Indonesia: Literatur Review. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 33(1):10-19.
- Ahmad, A. S. 2022. *BUDGET ISSUE BRIEF* Industri & Pembangunan. *Jurnal Pusat Kajian Anggaran*. 2(3):
- Badan Pusat Statistik. 2023. Statistik Daerah Kabupaten Majene, Agustus 10,2024.https://majenekab.bps.go.id/id/publication/2023/12/29/c7fd5f80c588401_d43768896/statistik-daerah-kabupaten-majene-2023.html
- Badan Pusat Statistik. 2024. Kecamatan Banggae dalam Angka, Maret 02,2025.
- Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan. 2021. Analisis Produktivitas Jagung dan Kedelai di Indonesia 2021. BPS-Statistics Indonesia.
- Djayanti, S. 2015. Kajian Penerapan Produksi Bersih di Pengusaha Tahu di Desa Jimbaran, Bandungan, Jawa Tengah. *Jurnal Riset Teknologi Pencegahan Pencemaran Pengusaha*. 6(2): 75.
- Fikri, S. 2022. Analisis Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari. Universitas Jambi.
- Firmansyah, M.2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Habibie, A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di SMA Negeri 9 Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. Skripsi Universitas Batanghari Jambi.
- Halin, H. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*. 3(2):167-182.
- Hanif, MZ. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Baso Aci Wak Acan di Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Iswadi, D. 2021. Modifikasi Pembuatan Tahu Dengan Penggunaan Lama Perendaman, Lama Penggilingan Dan Penggunaan Suhu Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Tahu. *Jurnal Ilmiah Teknik Kimia*.5(1):20-11.
- Juliana, N & Megasari, WO. Analisis Kualitas Tahu Melalui Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) Industri Rumah Tangga UD. Sari Makmur Desa Wakobalu. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. 11(2):100-107.

- Keputusan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Bengkel Lancar Motor Klabang Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Prenhalindo: Jakarta.
- Mailina, IN, dan Rosmita. 2023. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Madu pada CV. Mutiara Madu Kuansing. Universitas Islam Riau.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. 2022. Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*. 4(2):375-386.
- Mardiana, IZ. & Ismayanti, NF. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Product Innovation, dan Price terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK. (Studi Kasus Masyarakat Desa Tanjungsari, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*.
- Maryanti & M.Khoiri. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 11(1):542-550.
- Maryati, S. 2022. Dampak Kenaikan Harga Kedelai terhadap Pendapatan Pengusaha Tahu. Skripsi Universitas Medan Area.
- Mashabai, I., Suryani., Lubis, I. K. S., & Gumelar, Agung. 2021. Analisis Kualitas Tahu Di CV. Ikhwanudin di Desa Jorok Sumbawa Besar dengan Metode Voice Of Customer (VOC). *Jurnal Industri & Teknologi Samawa*. 2(1):1-5.
- Midayanto, D., & Yuwono, S. 2014. Penentuan Atribut Mutu Tekstur Tahu Untuk diRekomendasikan sebagai Syarat Tambahan dalam Standar Nasional Indonesia. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 2(4):259-267.
- Purnama, N & Rialdy, N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1):174-181.
- Rafi, F., Utami, N., & Ferichani, M. 2019. Analisis Usaha Industri Tahu Skala Rumah Tangga di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Agriecobis*. 2(2):10.
- Rahayu, S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(1):64-76
- Rasid, M., Mardiana., & Choirudin. 2022. Aplikasi Penggunaan Mesin Pemisah Ampas dan Filtrate Kacang Kedelai untuk Produksi Tahu di Kecamatan Talang Kelapa Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 5(1):137.
- Safitri, A. N., Khoiriyah, N., & Maula, L. R. 2023. Karakteristik Rumah Tangga yang Mengkonsumsi Minuman Sehat. *Jurnal Ketahanan Pangan*. 7(1):43-49.
- Sari, RM. & Prihartono. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.

- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. 2023. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*.2(1):24-37.
- Sipahutar, R. 2020. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2015. Statistik Nonparametris untuk Penelitian. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Syamsurizal, & Ernawati, S. 2020. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal Brand*. 2(2):177-183
- Tamara, C. D., & Nurlinda, R. A. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*. 2(2):275-295.
- Widaningrum, 2015. Teknologi Pembuatan Tahu yang Ramah Lingkungan (Bebas Limbah). *Jurnal Dedikasi*. 12(1): 14-21.
- Zuriatin & Nurhasanah. 2023. Gender dan Kajian Teori Tentang Wanita. *Jurnal Pendidikan Sosiolog*. 6(1):282-291.