

Pembelajaran Berbasis Studi Kasus: Analisis Pengaruh Kemasan, Merek, dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Teh Pucuk Jember 2024

Anisatul Fauziah

Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang
Telp: (0331) 330224
E-mail: anisatilfauzah78@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2024-12-26

Revised : 2025-01-13

Accepted: 2025-01-14

KEYWORD

Educations, Packaging, Brand, Product Quality, Economics, purchasing decisions

KATA KUNCI

Pembelajaran, Kemasan, Merek, Kualitas Produk, Ekonomi, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to educate students by exploring real-world marketing phenomena. It integrates market case studies into economic learning strategies within formal education. The research specifically examines the impact of packaging, branding, and product quality on purchasing decisions for Pucuk Tea in Jember Regency. Employing a descriptive quantitative method, the study surveyed 150 respondents. Findings indicate that only one independent variable significantly affects purchasing decisions. The study suggests using similar case studies to enhance the learning process by incorporating market realities into economics education. These findings are expected to serve as a foundation for creating more practical teaching materials at the high school level.

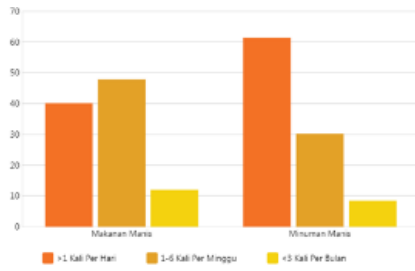
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendidik siswa dengan mengeksplorasi fenomena pemasaran di dunia nyata. Penelitian ini mengintegrasikan studi kasus pasar ke dalam strategi pembelajaran ekonomi dalam pendidikan formal. Penelitian ini secara khusus meneliti dampak dari kemasan, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk di Kabupaten Jember. Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, penelitian ini mensurvei 150 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya satu variabel independen yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Studi ini menyarankan penggunaan studi kasus serupa untuk meningkatkan proses pembelajaran dengan memasukkan realitas pasar ke dalam pendidikan ekonomi. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk menciptakan bahan ajar yang lebih praktis di tingkat sekolah menengah.

1. Pendahuluan

Kemampuan untuk memahami konsep-konsep ekonomi dalam konteksnya merupakan aspek penting dalam pendidikan ekonomi. Salah satu metode yang efektif untuk mencapai hal ini adalah melalui pembelajaran berbasis studi kasus, yang memungkinkan siswa untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip teoritis diterapkan dalam situasi praktis. Kabupaten Jember, yang dikenal dengan konsumsi Teh Pucuk yang tinggi, menjadi subjek yang menarik untuk menghubungkan pendidikan ekonomi dengan dinamika pasar lokal. Teh Pucuk adalah merek minuman teh yang terkenal di

Indonesia. Elemen-elemen penting seperti kemasan yang menarik, merek yang sudah mapan, dan kualitas produk yang unggul sering kali memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilihan pembelian konsumen. Namun, dampak spesifik dari faktor-faktor ini terhadap perilaku pembelian di daerah-daerah tertentu seperti Kabupaten Jember masih belum dieksplorasi. Lebih lanjut, data konsumsi makanan dan minuman berpemanis di Jawa Timur disajikan sebagai berikut:



Gambar 1.1. Tingkat konsumsi makanan dan minuman manis nasional 2023

Sebagian besar masyarakat Indonesia tampaknya memiliki preferensi yang kuat terhadap rasa manis. Hal ini terlihat dari data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan (Kemenkes). Riskesdas 2018 menunjukkan bahwa 61,3% responden mengonsumsi minuman manis lebih dari satu kali dalam sehari, 30,2% mengonsumsinya 1-6 kali dalam seminggu, dan hanya 8,5% yang mengonsumsinya kurang dari tiga kali dalam sebulan. Selain itu, Riskesdas 2023 melaporkan bahwa 40,1% responden mengonsumsi makanan manis lebih dari satu kali sehari, sementara 47,8% mengonsumsi minuman manis 1-6 kali per minggu. sementara mereka yang mengonsumsinya kurang dari tiga kali per bulan hanya 12%. Pola ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia mungkin berisiko terkena diabetes, suatu kondisi metabolik kronis yang ditandai dengan peningkatan kadar gula darah di luar batas normal. Selain itu, data dari Badan Pusat Statistik menyoroti bahwa Jember termasuk salah satu daerah dengan tingkat konsumsi minuman manis tertinggi, seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1.2.

Kategori Produk	SARAFI MELIKASARI			Duka panti			Pala-rata Pengeluaran	
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022
Beras	9.776,48	4.219,81	4.219,81	2.099,39	2.099,75	2.459,75	22,99	25,71
Asap Singel	4.179,81	4.039,09	4.343,92	2.099,39	2.094,97	2.103,17	91,84	98,37
...

Gambar 1.2. Tingkat konsumsi minuman manis kab jember 2023

Data tersebut menunjukkan adanya kecenderungan di antara masyarakat Jember, khususnya di kecamatan Kencong, untuk sering mengonsumsi minuman manis. Salah satu pilihan yang populer adalah Teh Pucuk, yang tersedia di toko-toko kecil hingga supermarket dan memiliki harga yang kompetitif dibandingkan dengan merek lain. Hal ini menimbulkan pertanyaan yang menggelitik tentang mengapa Teh Pucuk begitu

banyak digemari masyarakat. Apakah karena kemasannya yang menarik dan kualitasnya yang unggul, atau apakah loyalitas merek dan preferensi konsumen terhadap merek tertentu memainkan peran yang signifikan? Fenomena ini menyajikan area yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut. Beberapa penelitian sebelumnya sejalan dengan penelitian ini, seperti Bastian (2014), yang temuannya menunjukkan dampak yang signifikan dari model penelitian terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh hasil uji simultan yang menunjukkan koefisien korelasi sebesar 82,8%, yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan keputusan pembelian, seperti yang dicatat oleh IntakoNingrum dkk. (2023) menemukan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X_1) memiliki nilai t-value sebesar 2,721, melebihi nilai t-tabel sebesar 1,99601, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 ($<0,050$). Demikian juga dengan variabel Kualitas Produk (X_2) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,227, juga melebihi nilai t tabel sebesar 1,99601, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,050$). Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050, dan nilai F-hitung sebesar 44,709 yang melampaui nilai F-tabel sebesar 3,133. Temuan ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk, baik secara individu maupun bersama-sama, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mendorong pertanyaan lebih lanjut, seperti apakah kemasan mempengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk di Kecamatan Kencong, apakah citra merek mempengaruhi keputusan tersebut, dan apakah kualitas produk berperan dalam keputusan pembelian Teh Pucuk di wilayah yang sama (Nurhayati, 2017). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Charli dan Putri (2021) serta Supangkat dan Supriyatin (2017) secara umum sejalan dengan hasil ini. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan: bagaimana kemasan, merek, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk, dan bagaimana wawasan ini dapat diintegrasikan ke dalam pendidikan ekonomi?

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian ini adalah konsumen Teh Pucuk di Kabupaten Jember, dengan sampel sebanyak 150 responden yang dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Kriteria responden meliputi

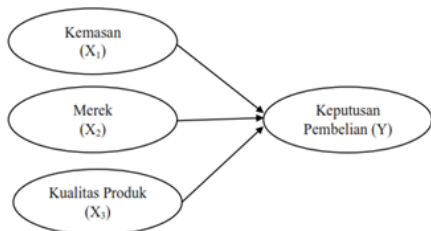
individu berusia 17-45 tahun yang pernah membeli Teh Pucuk minimal tiga kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang terdiri dari empat bagian:

- a) Data Demografis: Mencakup informasi mengenai usia, jenis kelamin, pendapatan bulanan, dan tingkat pendidikan.
- b) Pengaruh Kemasan: Berfokus pada aspek-aspek seperti desain, warna, dan kepraktisan kemasan.
- c) Pengaruh Merek: Meliputi topik-topik yang berkaitan dengan persepsi merek, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.
- d) Pengaruh Kualitas Produk: Meneliti faktor-faktor seperti rasa, konsistensi, dan daya tahan produk.

Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menilai pengaruh variabel independen (kemasan, merek, dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sebelum analisis, uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada kuesioner untuk memastikan data yang dikumpulkan akurat dan konsisten.

Variabel independen, dilambangkan sebagai X, dapat mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi kemasan (X₁), merek (X₂), dan kualitas produk (X₃), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y). Kerangka konseptual dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Flowchart variabel Riset Instrumen Penelitian

Jumlah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian tergantung pada variabel yang diteliti. Meskipun instrumen penelitian standar telah tersedia, peneliti mungkin masih perlu merancang alat mereka sendiri sesuai kebutuhan. Instrumen penelitian dibuat untuk memfasilitasi pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, yang mengharuskan setiap instrumen untuk memasukkan skala pengukuran yang ditentukan.

Pengujian Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Product Moment. Koefisien korelasi Product Moment dianggap valid jika melebihi 0,3 dan lebih besar dari nilai r-tabel (α, n-2), dimana n mewakili jumlah sampel, dan nilai signifikansi (Sig) ≤ α. Alat yang digunakan untuk uji validitas dengan teknik korelasi Product Moment adalah sebagai berikut.

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

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha, yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pada tahap awal penelitian dasar, nilai reliabilitas yang berkisar antara 0,50 hingga 0,60 dianggap cukup. Namun, nilai reliabilitas yang melebihi 0,80 dapat dianggap terlalu tinggi. Biasanya, nilai reliabilitas antara 0,70 dan 0,80 secara luas dianggap dapat diterima oleh sebagian besar peneliti.

Pengujian Normalitas Data

Dalam konteks ini, normalitas residual dievaluasi dengan menggunakan plot probabilitas normal, yang membandingkan distribusi kumulatif residual dengan distribusi normal standar.

Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diidentifikasi dengan menggunakan metode scatterplot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) terhadap nilai SRESID (residual).

Pengujian Regresi Linier Berganda

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji-t merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen - Kemasan (X₁), Merek (X₂), dan Kualitas Produk (X₃) - secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, Keputusan Pembelian (Y).

- H1 : Kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Pucuk di Kecamatan Kencong Kabupaten Jember.
- H2 : Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Pucuk di Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember.
- H3 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman

Pucuk di kecamatan Kencong Kabupaten Jember.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi total dalam Y yang dijelaskan oleh garis regresi (variabel independen X). Tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengembangkan model estimasi yang secara efektif mewakili data sampel.

3. Hasil dan Pembahasan

Kemasan

Kemasan berkontribusi 25% terhadap keputusan pembelian. Responden secara khusus menghargai desain kemasan yang menarik dan ergonomis, yang meningkatkan kenyamanan dalam membawa dan menyimpan produk.

Merek

Merek ini menyumbang kontribusi sebesar 30%. Hasil survei menunjukkan bahwa reputasi Teh Pucuk sebagai produk berkualitas tinggi telah membangun kepercayaan konsumen yang kuat. Loyalitas terhadap merek juga memainkan peran penting, terutama di kalangan konsumen yang lebih muda.

Kualitas Produk

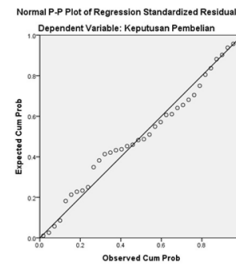
Kualitas produk memberikan kontribusi terbesar, yaitu 45%. Responden menyoroti rasa teh yang unik, kualitas yang konsisten di setiap kemasan, dan daya tahan produk sebagai faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kualitas produk yang tinggi sangat penting dalam memberikan pengalaman konsumen yang positif.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Tingkat reliabilitas
Kemasan (x1)	0,902	Sangat reliabel
Merek (x2)	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (x3)	0,684	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,683	Reliabel

Sumber. Hasil olah data SPSS. 2024

Uji Normalitas Data

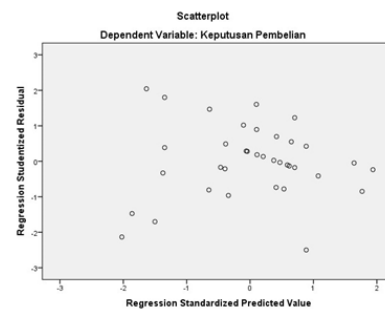


Uji Multikolinieritas

Hasil Rekapitulasi Pengujian Multikolinieritas			
Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kemasan (x1)	0,989	1,011	Terbebas Multikolinieritas
Merek (x2)	0,989	1,011	Terbebas Multikolinieritas
Kualitas Produk (x3)	0,994	1,066	Terbebas Multikolinieritas

Sumber. Hasil olah data SPSS. 2024

Uji Heteroskedastisitas



Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda			
Model	β	Std.Error	Beta
(Constant)	14,795	2,448	
Kemasan (x1)	0,180	0,056	0,485
Merek (x2)	-0,023	0,117	0,030
Kualitas Produk (x3)	0,125	0,082	0,229

Sumber. Hasil olah data SPSS. 2024

$$KP = 14,795 + 0,180K + -0,023M + 0,125KP + e$$

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji T Parsial			
Model	T	Sig	Kesimpulan
(Constant)	6,045	0,000	
Kemasan	3,204	0,003	Berpengaruh

(x1)			significant
Merek (x2)	-0,199	0,884	Tidak berpengaruh significant
Kualitas Produk (x3)	1,520	0,138	Tidak berpengaruh significant

Sumber. Hasil olah data SPSS. 2024

H1: Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember.

Hasil uji-t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t-value untuk kemasan adalah 3,204, yang melebihi nilai t-tabel sebesar 2,03223, dengan tingkat signifikansi 0,003, di bawah ambang batas yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal ini menegaskan bahwa kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Oleh karena itu, H1 diterima.

H2: Merek secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember.

Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t untuk merek adalah -0,199, yang lebih rendah dari nilai t-tabel sebesar 2,03224, dengan tingkat signifikansi 0,884, melebihi ambang batas yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Dengan demikian, H2 ditolak.

H3: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember.

Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk kualitas produk adalah 1,520, lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,03224, dengan tingkat signifikansi 0,138, melebihi ambang batas yang ditentukan yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk di Desa Kraton, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Dengan demikian, H3 ditolak.

Koefisien Determinan (R²)

Hasil koefisien Determininasi

Model	R	R Square
1	0,523*	0,273*

Sumber. Hasil olah data SPSS. 2024

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square (R²) sebesar 0,273, menunjukkan bahwa kemasan, merek, dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 27,3%. Sisanya sebesar 72,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kegiatan promosi yang dapat meningkatkan penjualan dengan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian.

4. Pembahasan

Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis studi kasus merupakan metode yang efektif untuk menghubungkan konsep-konsep ekonomi, seperti teori permintaan dan perilaku konsumen, dengan dinamika pasar di dunia nyata. Data dan wawasan ini dapat membantu guru menyajikan contoh-contoh yang relevan dan menarik bagi para siswa, sehingga pelajaran ekonomi menjadi lebih praktis dan bermakna.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan, merek, dan kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk di Kabupaten Jember, dengan kualitas produk muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh. Signifikansi praktis dari penelitian ini terletak pada penggabungan data dan analisis pasar ke dalam pendidikan ekonomi, yang memungkinkan siswa untuk mengembangkan pemahaman yang lebih dalam dan lebih kontekstual tentang konsep-konsep ekonomi. Studi kasus serupa dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan kemampuan analisis siswa. Oleh karena itu, menganalisis fenomena ini dapat digunakan sebagai sumber daya yang berharga untuk mengajar ekonomi di kelas.

6. Referensi

- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh social media marketing, fasilitas wisata, dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Ningrum, N. I. P., Oktaviany, V., & Sadikin, A. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Maybelline. *DEVELOP:*

Jurnal Ekonomi Pembangunan, 4(1), 46–54.

<https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2), 60–69.

Supangkat, & Supriyatin. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).