

Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe Periode Tahun 2020 – 2021

The Influence Of Quality And Price On Fish Purchase Decisions In The Towo'e Market, Sangihe Islands, The Period Of 2020 – 2021

Nur Azizah Badarudin¹, Altje Tumbel², dan Yunita Mandagie³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado, Indonesia

E-mail : azizahnurb2207@gmail.com¹, altjetumbel21@unsrat.ac.id², mandagiey@gmail.com³

Abstrak : Pasar Towo'e merupakan pasar tradisional yang terletak di Kabupaten Kepulauan Sangihe lebih tepatnya di kelurahan Sawang Bendar. Kepulauan Sangihe sendiri merupakan sebuah Kabupaten di Provinsi Sulawesi Utara, Indonesia. Kabupaten ini berasal dari pemekaran Kabupaten Kepulauan Sangihe dan Talaud pada tahun 2000. Ibu kota kabupaten ini adalah Tahuna. Pasar Towo'e di bangun pada tahun 1972 kemudian dilakukan revitalisasi pasar pada tahun 1978 dan 2012. Luas dari pasar Towo'e adalah 3.750 m² dengan jumlah 348 pedagang yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Penelitian ini adalah kuantitatif di bidang manajemen pemasaran dengan survei data primer. Pengambilan data dilakukan secara daring dengan Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah para pembeli ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Pengambilan sampel secara purposive sampling. Dengan sampel berjumlah 100 orang responden. Analisis data berupa uji validitas dan reliabilitas, uji instrumen penelitian, uji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan harga secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe.

Kata kunci: Pasar, Kualitas, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract : *Towo'e Market is a traditional market located in the Sangihe Islands Regency, more precisely in the Sawang Bendar village. Sangihe Islands is a regency in North Sulawesi Province, Indonesia. This district originated from the division of the Sangihe and Talaud Islands Regencies in 2000. The capital of this district is Tahuna. Towo'e market was built in 1972 and then revitalized the market in 1978 and 2012. The area of the Towo'e market is 3,750 m² with a total of 348 traders registered with the Department of Industry and Trade. This research is quantitative in the field of marketing management with primary data survey. Data collection is done online with Google Form. The population in this study are fish buyers at Towo'e Market, Sangihe Islands. Sampling by purposive sampling. With a sample of 100 respondents. Data analysis was in the form of validity and reliability tests, research instrument tests, hypothesis testing with multiple linear regression analysis. The results showed that the quality and price simultaneously and partially had a positive and significant effect on fish buying decisions at Towo'e Market, Sangihe Islands.*

Keyword : *Market, Quality, Price, Buying Decision*

PENDAHULUAN

Pasar Towo'e merupakan pasar tradisional yang terletak di Kabupaten Kepulauan Sangihe lebih tepatnya di kelurahan Sawang Bendar. Kepulauan Sangihe sendiri merupakan sebuah Kabupaten di Provinsi Sulawesi Utara, Indonesia. Kabupaten ini berasal dari pemekaran Kabupaten Kepulauan Sangihe dan Talaud pada tahun 2000. Ibu kota kabupaten ini adalah Tahuna. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 736,98 km² dan memiliki penduduk sebanyak 139.262 jiwa (2020). Pasar Towo'e di bangun pada tahun 1972 kemudian

Diterima: 11-10-2022; Disetujui untuk Publikasi: 22-10-2022

Hak Cipta © oleh Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum

p-ISSN: 24072-361X

dilakukan revitalisasi pasar pada tahun 1978 dan 2012. Luas dari pasar Towo'e adalah 3.750 m² dengan jumlah 348 pedagang yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Pasar ikan yang kumuh dan tidak nyaman karena bau sering membuat masyarakat enggan untuk datang membeli ikan di pasar tradisional. Masyarakat sekarang lebih memilih membeli ikan di swalayan atau supermarket yang menyediakan ikan mentah. Selain bersih, membeli ikan di swalayan juga praktis karena tidak perlu berdempet - dempetan seperti di pasar. Padahal kalau membeli ikan di pasar, kita dapat berinteraksi dengan para pedagang dengan cara tawar - menawar yang di mana tidak dapat dilakukan di swalayan atau supermarket.

Sama halnya dengan pasar Towo'e, yang dimana kondisi pasar yang kurang terawat membuat para pembeli merasa tidak nyaman untuk masuk ke dalam pasar ikan. Karena di kota Tahuna sendiri pasar ikan mentah hanya ada di pasar Towo'e. Di Sangihe swalayan atau supermarket masih belum ada yang menjual ikan mentah, kebanyakan hanya menyediakan ikan beku.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan karena harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Serta secara umum, harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual barulah terjadi transaksi. Namun tawar-menawar tidak bisa dilakukan di semua lini pemasaran.

Tabel 1. Tabel Jenis dan Harga Ikan

NO	JENIS IKAN MENTAH	HARGA
1.	Ikan Tuna	Rp. 35. 000 / kg
2.	Ikan Cakalang	Rp. 30. 000/kg
3.	Ikan Tude	Rp. 30. 000 / kg
4.	Ikan Malalugis	Rp. 15. 000 kg
5.	Ikan Merah/Nyare	Rp. 30. 000 kg
6.	Ikan Mujair	Rp. 40. 000 kg
7.	Cumi-Cumi/Sotong	Rp. 20. 000/wadah
NO	JENIS IKAN KERING	HARGA
1.	Ikan Asin/ Garang	Rp.30. 000/kg
2.	Ikan Teri	Rp. 20. 000/kg

Sumber : Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe

Selain harga terdapat juga kualitas yang merupakan hal penting saat konsumen melakukan pembelian produk. Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan. Prawirosentono menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas atau mutu adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Sedangkan menurut Kotler (2009) Kualitas adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen pasti akan mengambil keputusan. Keputusan pembelian juga merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, atau keadaan ekonomi. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara menggunakan kuisioner. Dapat dilihat pada Tabel 1.1 terdapat data dari para pengunjung Pasar Towo'e pada tahun 2020 –2021 adalah sbb :

Tabel 2. Data Pengunjung di Pasar Towo'e Tahun 2020 – 2021

TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG	JUMLAH PENJUAL IKAN
2020	14. 670 org	50
2021	11.380 org	72

Sumber : Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe 13 Agustus 2021

Berdasarkan data tabel di atas, terlihat bahwa para pengunjung dan penjual mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Pada jumlah pengunjung terjadi penurunan dari tahun 2020 ke 2021 dikarenakan pada tahun ini diberlakukan pembatasan waktu di pasar Towo'e, yang dimana waktu operasi pasar yang awalnya seharian full diubah menjadi setengah hari yaitu dari pukul 06.00-14.00 PM, sedangkan untuk jumlah penjual ikan meningkat dikarenakan banyak warga yang awalnya memiliki pekerjaan harus berhenti akibat dampak virus corona sehingga mereka memilih bekerja sampingan sebagai penjual ikan. Dari permasalahan di atas, maka saya berkeinginan untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe".

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran menjadi hal yang sangat penting dan krusial bagi banyak perusahaan terkemuka. Dalam menghadapi para pesaing baru, perusahaan harus memikirkan kembali model bisnis mereka. Bahkan para pemimpin pasar menyadari bahwa mereka tidak boleh santai dan harus terus berubah. Namun, mengambil keputusan yang tepat tidak selalu mudah.. Para manajer pemasaran seringkali harus mengambil keputusan-keputusan besar seperti apa yang harus di rancang untuk sebuah produk baru, harga yang harus ditawarkan kepada pelanggan, dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk iklan atau penjualan. Para manajer pemasaran juga harus mengambil keputusan yang lebih rinci seperti kata-kata atau warna yang tepat bagi kemasan produk yang baru.

Pemasaran berhubungan erat dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan orang-orang dan masyarakat. Salah satunya dari definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Dengan kecerdasan pemasaran, kebutuhan pribadi atau sosial diubah menjadi peluang bisnis yang mampu menghasilkan laba.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran dalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Secara singkat pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Menurut American Marketing Association (AMA) definisi pemasaran adalah sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemegang saham. Sedangkan manajemen pemasaran di artikan sebagai suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kualitas Produk

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk (product quality) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Sedangkan menurut Handoko (2002 : 23), kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya

memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan produk.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi.

Sebaliknya apabila seseorang menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima. Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga. Dengan demikian dapatlah diartikan pula bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga suatu hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai.

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Serta menurut Basu Swastha (2010:147) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahu lebih alternatif pilihan. Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Ikan Mentah

Ikan merupakan salah satu bahan makanan yang mudah membusuk (*ferishable*), hal ini dapat dilihat pada ikan-ikan yang baru ditangkap dalam beberapa jam saja kalau tidak diberi perlakuan atau penanganan

yang tepat maka ikan tersebut mutunya menurun. Penanganan ikan basah harus dimulai segera setelah ikan diangkat dari air tempat hidupnya, dengan perlakuan suhu rendah dan memperhatikan faktor kebersihan dan kesehatan.

Sebagai bahan makanan secara umum disyaratkan bahwa bahan mentah yang nantinya akan dimakan oleh manusia dalam keadaan segar maupun dalam bentuk olahan, harus mempunyai kesegaran/kemurnian/kualitas yang baik, ini dimaksudkan karena dalam beberapa hal nilai gizi produk-produk perikanan lebih tinggi/lengkap dibanding dengan hasil-hasil pertanian lainnya, dan bukannya malah jadi sakit atau keracunan misalnya karena makan ikan yang sudah kurang baik mutunya.

Ikan sebagai bahan mentah utama sesuai dengan keadaan ikan segar dapat dibagi-bagi sesuai dengan kesegarannya (freshness), sebab tingkat kesegaran ikan akan menentukan harga dan lamanya ikan itu disimpan (shelf life) serta apakah ikan itu masih cukup baik untuk diolah lebih lanjut (sebagai raw material).

Pengolahan/ pengawetan ikan tingkat kesegaran ikan akan sangat menentukan mutu produk akhir, bagaimanapun baiknya alat-alat/mesin-mesin pengolahan maupun cara pengolahannya bila ikan dipakai sebagai bahan mentah sudah kurang segar maka hasil olahannya tidak akan jadi lebih baik. Dikatakan bahwa dengan diolah/diawetkan maka mutu produk akhir paling tinggi berada setingkat lebih rendah dari mutu bahan mentahnya, sebab selama pengolahan ikan dipegang-pegang (dengan tangan maupun mesin) dan dimasak serta dipanasi atau didinginkan sehingga sebagai hasil/akibat dari segala pengerjaan itu adalah logis bahwa ikannya akan lebih rendah mutunya.

Ikan adalah anggota vertebrata poikilothermik (berdarah dingin) yang hidup di air dan bernapas dengan insang. Ikan merupakan kelompok vertebrata yang paling beraneka ragam dengan jumlah spesies lebih dari 27,000 di seluruh dunia. Secara taksonomi, ikan tergolong kelompok paraphyletic yang hubungan kekerabatannya masih diperdebatkan.

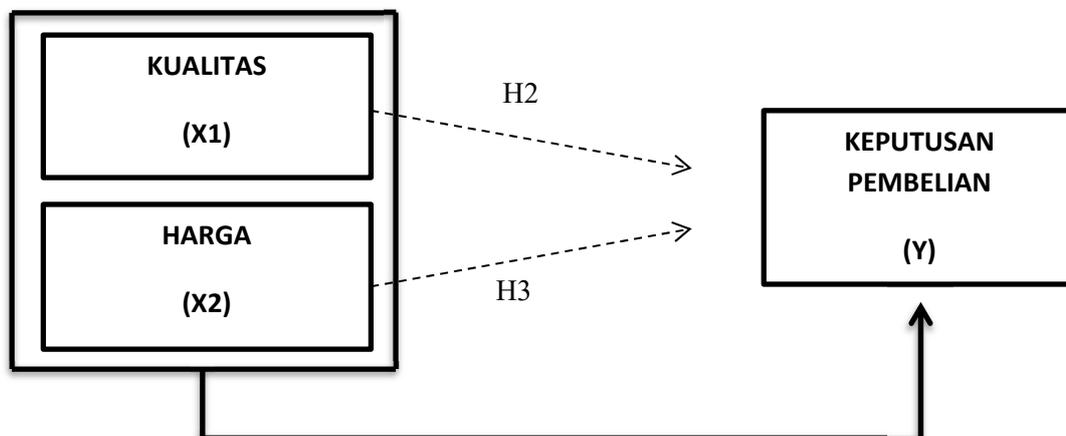
Penelitian Terdahulu

Rosita dan Satyawisudarini (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-shirt Samesame Clothing). Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Samesame Clothing.

Hidayat (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). Hasil penelitian menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut.

Purwanti dan Edwar (2015) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Susu Mak Tam Kediri). Hasil penelitian menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber : Kajian Teori

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Menurut Suprpto (2001:80) alat ukur dalam penelitian kuantitatif adalah berupa kuesioner, data yang diperoleh berupa jawaban dari para pembeli terhadap pertanyaan atau butir-butir pertanyaan yang diajukan.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah para pembeli ikan mentah di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas ikan, maka sampel sumber datanya adalah para pembeli ikan. Teknik sampling ini dilakukan berdasarkan penilaian peneliti akan pengetahuan calon responden untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penilaian bahwa para responden tersebut mempunyai pengetahuan dilakukan secara subjektif berdasarkan pengamatan peneliti. Pada umumnya, sampel yang dinilai mampu menjawab pertanyaan penelitian adalah orang yang sering membeli ikan sehingga tau tentang kualitas ikan mentah.

Jenis Data dan Sumber

Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari penelitian yang telah ada, dihimpun dan telah ditulis oleh pihak lain. Sumber data dapat berasal dari internet, buku, jurnal, perpustakaan umum, website.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang di kembangkan oleh Rensis Kuesioner. Skala Likert umumnya menggunakan 5 angka penelitian, yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju, dan (5) sangat tidak setuju. Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju (Indriantoro dan Supomo, 1999).

Pengambilan data dalam penelitian ini dibagikan secara langsung kepada para responden. Pengisian kuesioner secara langsung tetap mematuhi protokol kesehatan.

Teknik Analisis Data Validitas dan Reliabilitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang akan disebar ke responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan guna mencari data dari sumber primer. Realibilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas dilakukan dengan melihat korelasi dari penjumlahan semua skor pernyataan dari masing-masing variabel dan dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan 5% serta memiliki nilai korelasi yang positif. Dari hasil uji validitas diperoleh hasil pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Ket	Sig	Cronbach Alpha	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	X1	0,375	0,1966	Valid	0,001	0,753	Reliabel
	X2	0,509	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X3	0,224	0,1966	Valid	0,025		Reliabel
	X4	0,297	0,1966	Valid	0,003		Reliabel
	X5	0,431	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X6	0,434	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X7	0,438	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
Harga (X2)	X1	0,498	0,1966	Valid	0,001	0,686	Reliabel
	X2	0,484	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X3	0,223	0,1966	Valid	0,026		Reliabel
	X4	0,376	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X5	0,324	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X6	0,277	0,1966	Valid	0,005		Reliabel
	X7	0,306	0,1966	Valid	0,002		Reliabel
	X8	0,325	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	X1	0,382	0,1966	Valid	0,001	0,678	Reliabel
	X2	0,644	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X3	0,567	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X4	0,680	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X5	0,652	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X6	0,686	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X7	0,465	0,1966	Valid	0,001		Reliabel
	X8	0,1966	0,1966	Valid	0,002		Reliabel

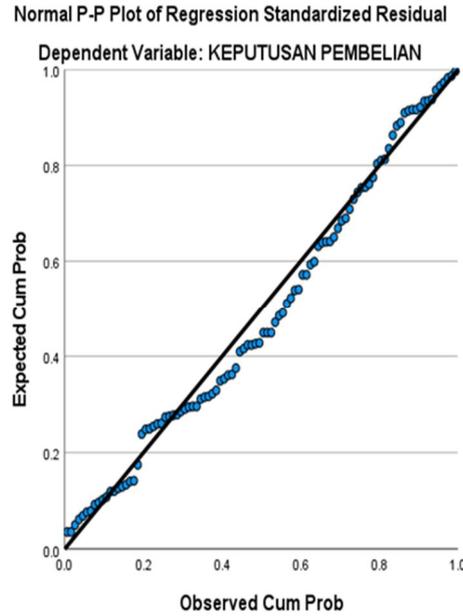
Sumber: Olahan Data 2021

Tabel di atas menunjukkan kriteria pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel adalah valid. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata r hitung yang diperoleh lebih tinggi dari pada r tabel. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach untuk setiap pertanyaan lebih kecil dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk menentukan normal tidaknya data pada variabel dependen dilakukan dengan melihat grafik plot normal. Apabila data distribusi normal, maka penyebaran plot akan berada disepanjang garis 45^0 . Dari grafik plot normal (lampiran) dapat diketahui bahwa penyebaran plot berada di sepanjang garis 45^0 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Keterangan diatas dapat dilihat pada gambaran pada gambar berikut.



Gambar 2. Uji Normalitas
 Sumber: Olahan Data 2021

Uji Multikolinearitas

Persamaan regresi berganda dengan menggunakan dua variabel bebas atau lebih, hampir selalu terdapat kolinier ganda. Multikolinier ditandai dengan nilai R (korelasi berganda) yang tinggi. Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Apabila terjadi multikolinearitas maka variabel bebas yang berkolinier dapat dihilangkan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinier menurut perhitungan yang dilakukan dengan program SPSS dapat diketahui dengan berpedoman bahwa nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1. Mengacu pada kedua pendapat di atas maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh nilai

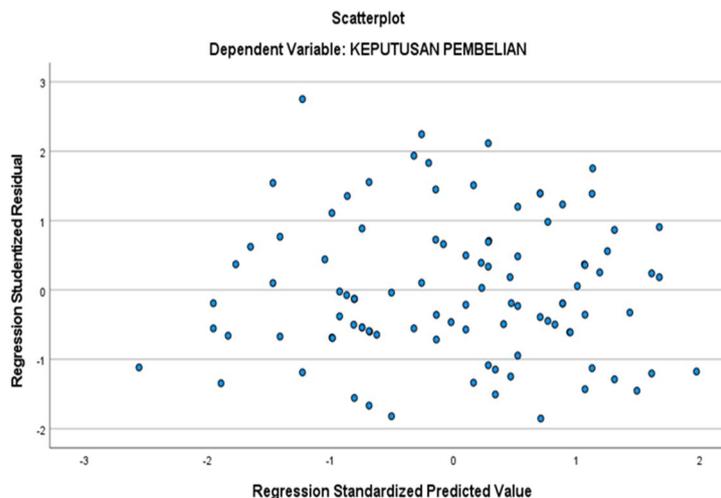
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	Collinearity Statistics
			VIF
1	(Constant)		
	Kualitas	,349	2,867
	Harga	,349	2,867

Sumber: Olahan Data 2021

Berdasarkan hasil tersebut maka variabel-variabel independen dalam model regresi di atas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinearitas) karena VIF < 10 dan Tolerance > 0,1.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas
 Sumber: Olahan Data (2021)

Gambar 3 di atas grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel keputusan memilih (Y).

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	605.907	2	302.954	37.926	<,001 ^b
Residual	774.843	97	7.988		
Total	1380.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS(X1,X2)

Sumber: Olahan Data 2021

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung $37.926 > F$ tabel 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang berarti terdapat pengaruh dari Kualitas (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 6. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.741	2.634		2.559	.012
KUALITAS	.296	.134	.286	2.219	.029
HARGA	.451	.142	.410	3.183	.002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

Sumber: Olahan Data 2021

Di ketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,029 < 0,05$ dan nilai t hitung $2.219 > t$ tabel 1.985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang berarti

Kualitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Di ketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3.183 > t$ tabel 1.985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima. Yang berarti Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Perhitungan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik manual dan pengolahan data dengan SPSS. Nilai hasil perhitungan adalah seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error (SE)	t hitung	Sig. t
Kualitas	,296	,134	2.219	,029
Harga	,451	,142	3.183	,002
Konstanta	6,741		t tabel	2.559
R Square	0,439		F hitung	37,926
N	100		F tabel	3,09
			Sig. F	,001

Sumber: Olahan Data 2021

Bentuk persamaan regresi dapat di tulis sebagai berikut :

$$Y = 6,741 + 0,296 X1 + 0,451X2 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa :

1. Konstanta a sebesar 6,741 mengartikan bahwa jika variabel Kualitas dan Harga sama tidak berubah atau tetap, maka besarnya Keputusan Pembelian adalah 6,741 satuan.
2. Untuk variabel Kualitas (X1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila kualitas semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,296 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan.
3. Untuk variabel Harga (X2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila harga semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0, 451 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.427	2.82632

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Olahan Data 2021

Koefisien Diterminasi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS dapat dilihat bahwa nilai. Nilai R square adalah 0,439 atau 43,9%. Artinya pengaruh semua variable bebas : Kualitas dan harga terhadap variable independent keputusan pembelian adalah sebesar 43,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi sebesar 56,1% dari variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis uji regresi linear berganda diperoleh bahwa kualitas dan harga secara bersamaan atau simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e. Hasil ini berdampak pada objek penelitian yaitu Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Hasil ini berarti bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa model penelitian yang terdiri dari kualitas dan harga secara bersama-sama (simultan) atau secara parsial (sendiri-sendiri), terhadap keputusan pembelian ikan. Hubungan yang kuat ini berpengaruh sebesar 43,9% dari model sedangkan sisanya dipengaruhi sebesar 56,1% dari variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Di Pasar Towo'e

Hasil analisis uji regresi linear berganda diperoleh bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Hasil ini berarti bahwa kualitas yang ada di Pasar Towo'e, memiliki dampak positif yaitu meningkatkan keputusan pembelian di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Di Pasar Towo'e

Hasil analisis uji regresi linear berganda diperoleh bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe. Hasil ini berarti bahwa harga yang ada di Pasar Towo'e, memiliki dampak positif yaitu meningkatkan keputusan pembelian di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe
2. Kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan di Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data, penulismemberikan saran sebagai berikut:

1. Pasar Towo'e, Kepulauan Sangihe agar lebih meningkatkan tingkat keputusan pembelian dari konsumen dengan cara meningkatkan kualitas dan harga agar dapat memotivasi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian seperti dari segi kualitas ikan dan kualitas pelayanan.
2. Peneliti selanjutnya perlu mereplikasi hasil penelitian ini dengan model yang sama pada objek yang sama atau pada objek yang berbeda, ataupun memodifikasi model penelitian untuk objek yang sama ataupun pada objek yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosita., Satyawisudarini. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-shirt Samesame Clothing), VOL. 1 NO. 3. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/Publications/284320-pengaruh-kualitas-produk-dan->

[harga-terha-f701201d.pdf](#).

- Hidayat, R. R., (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). Retrieved from <http://repository.uinsu.ac.id/7030/1/SKRIPSI.pdf>.
- Handoko. (2002). Manajemen Pemasaran. Jakarta: IPWI.
- Andi. Definisi Kualitas. Internet. Retrieved from <https://goblognyaandi.wordpress.com/2012/09/30/definisi-kualitas-ringkasan/>
- Imtihan., dan Irwandi, (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ikan Asin Di Kota Padang. Vol. 16 No. 1. Retrieved from <http://ejournalbalitbang.kkp.go.id/index.php/sosek/article/viewFile/8534/7327>.
- Purwanti, N. F., dan Edwar, M., (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Susu Mak Tam Kediri). Vol 3. No 2. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12042/11224>.
- Hestanto. Keputusan Pembelian. Internet. <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>.
- Hidayat. A. (2017). Penjelasan Berbagai Jenis Regresi Berganda. Internet. <https://www.statistikian.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi-berganda.html>
- Suprayitno, E., (2020). Kajian Kesegaran Ikan Di Pasar Tradisional Dan Modern Kota Malang. Retrieved from <https://jfmr.ub.ac.id/index.php/jfmr/article/view/214>.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Grasindo.
- Riadi, M. (2016). Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga. Internet. <https://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-peranan-dan-tujuan-penetapan-harga.html>.