

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Olwinda politon
Lucky Tamengkel
Aneke Y. Pinuindoong

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
Email : Windapoliton09@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine whether product quality and price influence purchasing decisions. This research is a type of quantitative research with the population of Mengkang Village and Lolayan District that have already bought and consumed palm sugar products within a period of one year. The sample size uses the guidelines proposed by Roscoe, ie more than 30 and less than 500 samples are sufficient to be used in a study. Therefore, the sample in this study was 100 respondents. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis. The results showed that there was an effect of product quality on purchasing decisions, but there was no influence between price and purchasing decisions. In the case of multiple regression tests the results are obtained that the product quality and price together influence the purchasing decision.*

Keywords: *Product Quality, price, purchase decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan populasi masyarakat Desa Mengkang dan Kecamatan Lolayan yang sudah pernah membeli dan mengkonsumsi produk gula aren dalam kurun waktu satu tahun. Ukuran sampel menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Roscoe, yaitu sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Karena itu, sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian. Dalam hal uji regresi berganda diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan harga secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat, dimana untuk memenangkan persaingan pengusaha harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen terutama kualitas produk yang ditawarkan. Era globalisasi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru khususnya di industri kecil.

Kegiatan industri saat ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, tetapi juga di pedesaan. Agroindustri mulai banyak dilirik dan diminati oleh masyarakat desa, serta banyak diaplikasikan melalui berbagai unit usaha mikro dan kecil.

Dengan kualitas produk yang baik, akan mendorong harga jual yang baik, sehingga

pembeli mampu mengambil keputusan untuk membeli produk. Produk yang berkualitas merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2000). Oleh karena itu, penetapan harga adalah hal yang besar untuk diperhatikan oleh pemilik usaha. Penetapan harga yang tepat harus sesuai dan didasarkan dengan nilai, manfaat dan kualitas produk itu sendiri.

Keputusan pembelian terhadap produk pada dasarnya karena ada manfaat dan mutu yang

diberikan oleh produk tersebut (Hidayatullah, 2006). Karena itu, setiap pelaku usaha harus memiliki kemampuan memahami keinginan konsumen.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilainya. Untuk meningkatkan kualitas produk pemilik usaha dapat menerapkan program “*Total Quality Managemen (TQM)*” selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Harga

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.

Harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2008).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli (Morrison, 2010). Keputusan pembelian akan terjadi apabila keinginan membeli atau minat beli

sudah terkumpul. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Kotler (2005) dalam Sendow dan Pio (2013) terdapat lima peran dalam keputusan pembelian, yaitu: (1) *Initiator* (orang yang mengusulkan gagasan untuk membeli); (2) *Influencer* (orang yang pandangan atau sarannya mempengaruhi keputusan); (3) *Decision maker* (orang yang mengambil keputusan); (4) *Buyer* (orang yang melakukan pembelian aktual); (5) *User* (orang yang mengonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tertentu).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Sedangkan lokasi penelitian di Desa Mengkang Kecamatan Lolayan Kabupaten Bolaang Mongondow Provinsi Sulawesi Utara.

Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel mengikuti pendapat Roscoe dalam Sekaran (2006) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Hasil Penelitian

Hasil analisis data digambarkan pada tabel 1:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Coefficients Std. Error	Coefficients Beta	t	Sig
1	(Constant)	12.517	3.125		4.005	,000
	X1	.580	.116	.455	4.996	,000
	X2	.320	.190	.153	1.683	,096

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Dari hasil analisis data menggunakan bantuan SPSS 25 dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$Y = 12,517 + 0,580 X_1 + 320 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 12,517 akan menyatakan nilai keputusan pembelian sebesar 12,517 dengan kualitas produk dan harga bernilai konstan.

b. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,580 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai kualitas produk akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,580

c. Koefisien regresi harga sebesar 0,320 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai harga akan meningkat keputusan pembelian yaitu sebesar 0,320.

Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.275	.260	2.786

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi atau R square (r²) adalah 0,275 yang menunjukkan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan

variabel keputusan pembelian sebesar 0.275 atau sebesar 27,5%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji T

Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Coefficients Std. Error	Coefficients Beta	t	Sig
2	(Constant)	12,517	3.125		4.005	,000
	X1	.580	.116	.455	4.996	,000
	X2	.320	.190	.153	1.683	,096

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Dari tabel 3 dapat diketahui hasilnya yaitu:

a. Variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas 0,000 < 0,05, artinya signifikan. Sedangkan nilai t_{hitung} variable kualitas produk sebesar 4,996 > 1,660 t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang.

b. Variabel harga memiliki nilai probabilitas 0,096 > 0,05, artinya tidak signifikan. Sedangkan nilai t_{hitung} variable harga sebesar 1,683 > 1,660 t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang.

Tabel 4 Hasil Uji F

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
1	Reression	285.795	2	142.898	18.405	,000 ^b
	Residual	753.115	97	7.764		
	Total	1038.910	99			

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Dari tabel 4 dapat diketahui hasilnya yaitu :

a. Nilai F_{hitung} 18,405 dan $F_{tabel} = 3,09$, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya bahwa hipotesa H3 diterima dimana variabel kualitas dan harga sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang.

b. Nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 maka model regresi dapat dikatakan bahwa produk dan harga secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis pernyataan sebagian besar

responden menyatakan setuju bahwa kualitas produk gula aren di Desa Mengkang memiliki warna yang khas. Dan sebagian responden ragu-ragu dengan pernyataan tentang kualitas produk gula aren di Desa Mengkang memiliki daya saing yang tinggi. Namun demikian, sebagian responden juga setuju dengan kualitas produk gula aren di Desa Mengkang memiliki warna yang khas dikarenakan menurut responden semakin pekat warna gula aren maka semakin baik manfaat dan kualitasnya. Sehingga memenuhi kebutuhan dan selera konsumen.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2008) bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Kualitas sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Igir (2018)) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Pratiwi dan Khuzaini (2017) yang menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pernyataan sebagian besar responden setuju bahwa harga gula aren di Desa Mengkang sangat terjangkau, sehingga dengan harga terjangkau mampu memenuhi kebutuhan dan selera dari konsumen. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2001). Penetapan harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai suatu produk sehingga harga yang ditetapkan dapat terjangkau dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Namun sebagian besar responden juga menyatakan ragu-ragu dengan pernyataan bahwa harga produk gula aren di Desa Mengkang mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain. Dari hasil penelitian yang ada bahwa harga tidak berpengaruh

terhadap keputusan pembelian dikarenakan responden beranggapan apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas maka konsumen akan memiliki minat yang tinggi dalam melakukan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang. Hasil analisis pernyataan sebagian responden menyatakan setuju bahwa memutuskan membeli produk gula aren langsung dari produsen. Namun demikian, responden juga menyatakan ragu-ragu dan tidak setuju bahwa memutuskan membeli karena produk gula aren di Desa Mengkang sudah dikenal.

Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Hal ini sesuai dengan penelitian Kapahang (2016) yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: (1) Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang; (2) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren di Desa Mengkang; (3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pembeli gula aren di Desa Mengkang.

Saran dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Bagi produsen gula aren di Desa Mengkang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kualitas produk, dan harga; (2) Dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan harga, serta melakukan inovasi produk diharapkan konsumen menjadi loyal mengkonsumsi gula aren produksi Desa Mengkang; (3) Melalui penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pengambilan keputusan pelaku usaha kecil dan bisa juga dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya bagi peneliti yang membutuhkan.

Referensi

- Alma, B. 2001. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Armstrong. G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Husein. U. 2000. *Riset Pemasaran Dan Penelitian Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Igir. G. F, menulis bersama dosen pembimbing. Tampi, J. R. E dan Tarore, H. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Grand Max Pick Up Studi Kasus Pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 6 (2), 86-96.
- Kotler.P dan Armstrong. G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Alibahasa Oleh Dimas Sihombing, M.BA. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Morissan. M.A.2010. *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Kapahang. F. N, menulis bersama dosen pembimbing. Tampi, J. R. E dan Rogahang. J. . 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4 (4), 1-5.
- Pratiwi.M. Y dan Khuzaini. 2017. Pengaruh Harga Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat Pada PT Permadi Jaya Sakti. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*: 6 (7),4819-4828.
- Sekaran.U. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Buku 2 Edisi 4. Jakarta: Selemba Empat.
- Sendow. E. G. dan Pio, R. J. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada PT. Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal Ilmu Administrasi*. 9 (2), 1-9