

## Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Dream Vape Store

Ocktavia Pricilla Wuntuan  
Dolina Tampi  
Joula Rogahang

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
Email : [vh yawuntuan@gmail.com](mailto:vh yawuntuan@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 Dream Vape Store District that have already bought and consumed Vape and Liquid products within a period of one year. The sample size uses the guidelines proposed by Roscoe, more than 30 and less than 500. samples are sufficient to be used in a study. Therefore, the sample in this study was 30 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 mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi Dream Vape Store yang telah membeli produk vape dan liquid dalam kurun waktu satu tahun. Ukuran sampel menggunakan pedoman yang diusulkan oleh Roscoe, lebih dari 30 dan kurang dari 500. Sampel sudah cukup untuk digunakan dalam suatu penelitian sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun tidak terdapat pengaruh antara harga dan keputusan pembelian. Dalam kasus uji regresi berganda diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

### Pendahuluan

Era globalisasi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru dalam profesi pemasaran masa kini khususnya di industri kecil menengah. Seperti yang dikatakan Anoraga (2002:245) bahwa usaha kecil menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah, tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah, kurangnya teknologi informasi, faktor produksi, sarana dan prasarana belum memadai, aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan, iklim usaha belum mendukung, dan kordinasi pembinaan belum baik, namun demikian ada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam kegiatan usahanya, seperti adanya komitmen pemerintah, ketersediaan sumber daya alam yang beraneka ragam dan lain-lain.

Dengan teknologi yang semakin maju ini sekarang muncullah ide untuk membuat inovasi teknologi dalam hal merokok dengan produk rokok

elektrik atau *vaporizer elektrik* yang biasa disebut *vape*. Nama *Vaping* sendiri berasal dari kata *Vapor* yang berarti uap. Memang cara kerja rokok elektrik sendiri adalah mengubah cairan menjadi uap yang menyerupai asap seperti sedang merokok.

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah 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 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).

### **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 adalah sejumlah uang yang ditagihkan 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).

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.

#### **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.

#### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Sedangkan lokasi penelitian di toko rokok elektrik Dream Vape Store.

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 30 responden.

#### **Populasi Dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2011:61) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembeli vape dalam kurun waktu satu tahun.

#### **Jenis Data**

##### **Data Primer**

Menurut Umar (2002:130), sumber data primer adalah data yang didapat dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh secara langsung adalah dari 30 responden mengisi angket/kuesioner dan responden tersebut sudah menggunakan produk vape dalam kurun waktu satu tahun.

##### **Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti berasal dari buku referensi yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang dibahas, jurnal ilmiah, dan data yang diambil dari internet sebagai bahan referensi.

#### **Skala Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran yang di gunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan skala Likert. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert penentuan skala Likert dibuat skala 1 sampai dengan 5 (summated scale), yaitu:

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

#### **Hasil Penelitian**

##### **Hasil Uji Validitas**

Nilai  $R_{tabel}$  dapat diperoleh melalui rumus  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-2$  ( $100 - 2 = 98$ ) pada ( $\alpha = 0,05$  yaitu 0,196. Selanjutnya butir-butir pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan valid jika nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$

### Hasil Uji Reliabilitas

Nilai  $R_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden  $n = 30$ , dan  $df = n - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ) adalah 0,361, dengan demikian nilai *Cronbach Alpha* 0,620 > 0,361  $R_{tabel}$ . Sehingga dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel X1 terbukti reliabel. Nilai  $R_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden  $n = 30$ , dan  $df = n - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ) adalah 0,361, dengan demikian nilai *Cronbach Alpha* 0,927 > 0,361  $R_{tabel}$ . Sehingga dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel X2 terbukti reliabel.

Tabel 1. Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstd Coeff.		Std. Coeff.	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.517	3.125		4.005	,000
	X1	.580	.116	.455	4.996	,000
	X2	.320	.190	.153	1.683	.096

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil analisis data menggunakan bantuan SPSS 25 disimpulkan sebagai berikut:  $Y = 12,517 + 0,580 X1 + 0,320 X2 + e$

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 12,517 akan menyatakan nilai keputusan pembelian sebesar 12,517 dengan kualitas produk dan harga bernilai konstan.
- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,580 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai kualitas produk akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,580.
- Koefisien regresi harga sebesar 0,320 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai harga akan meningkat keputusan pembelian yaitu sebesar 0,320.

Tabel 2. Uji Analisis Korelasi dan Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	.528	.493	3.06571

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Tingkat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dilihat dari hasil koefisien determinasi atau R Square ( $R^2$ ). Dapat diketahui hasilnya yaitu:

- 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 pada Dream Vape Store.
- Variabel harga memiliki nilai probabilitas  $0,096 > 0,05$ , artinya signifikan. Sedangkan nilai  $T_{hitung}$  variabel harga sebesar  $1,683 > 1,660 T_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dream Vape Store.
- Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 3. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.795	2	142.0898	18.405	.000 <sup>b</sup>
	Residual	753.115	97	7.7764		
	Total	1038.910	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Dapat diketahui hasilnya yaitu:

- Nilai  $F_{hitung}$  18,405 dan  $F_{tabel} = 3,09$ , jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan artinya bahwa H3 diterima dimana variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dream Vape Store.
- Nilai  $R_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden  $n = 30$ , dan  $df = n - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ) adalah 0,361, dengan demikian nilai *Cronbach Alpha* 0,853 > 0,361  $R_{tabel}$ . Sehingga dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel Y terbukti reliabel.

### Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk di Dream Vape Store. Lebih jelasnya pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian akan dibahas sebagai berikut:

#### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

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

setuju bahwa kualitas produk Vape di Dream Vape Store memiliki bentuk dan rasa yang khas. Namun, sebagian responden ragu-ragu dengan pernyataan tentang kualitas produk di Dream VAoe Store. 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 terhadap Keputusan Pembelian**

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 produk di Dream Vape Store 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 responden juga menyatakan ragu-ragu dengan pernyataan bahwa harga produk Dream Vape Store 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 dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Dream Vape Store. Hasil analisis pernyataan sebagian responden menyatakan setuju bahwa memutuskan membeli produk di Dream Vape Store. Namun demikian, beberapa responden juga menyatakan ragu-ragu memutuskan membeli karena

produk di Dream Vape Store 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 produk di Dream Vape Store; (2) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Dream Vape Store; (3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pembeli produk di Dream Vape Store. Saran dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Bagi pemilik Dream Vape Store, 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 vape di Dream Vape Store; (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.
- 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.
- 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