

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Pasar Baru Langowan

Virginia Suwuh

Lucky F. Tamengkel

Aneke Punindoong

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi

virginiasuwuh082@student.unsrat.ac.id

ABSTRACT

This research is quantitative research with simple linear regression analysis techniques. The statistical tests used in this research are validity tests, reliability tests, normality tests, simple correlation coefficient analysis, partial tests, and determination tests. The results of the research show that all questionnaires in this study are valid and reliable, the data obtained is normally distributed, the correlation between price variables and purchasing decisions is at a strong level, and the hypothesis put forward by the researcher is "Price influences rice purchasing decisions at Pasar Baru Langowan" was proven true with the results that price had an influence of 74.5% on the decision to purchase rice at Pasar Baru Langowan.

Keyword: *Price, Purchasing Decision*

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Uji-uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis koefisien korelasi sederhana, uji parsial, dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh kuisioner dalam penelitian ini valid dan reliabel, data yang didapat berdistribusi secara normal, korelasi antara variabel harga dan keputusan pembelian berada di tingkat yang kuat, dan hipotesis yang dikemukakan peneliti yaitu "Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan" terbukti benar dengan hasil yaitu harga berpengaruh sebesar 74,5% terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Berbagai macam merek beras dengan harga yang beragam diperjualbelikan di Indonesia. Beras adalah salah satu komoditi utama yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, (BPS), konsumsi beras di Indonesia sebanyak 30,2 juta ton pada tahun 2022. Jumlah itu meningkat 0,5% dibandingkan pada tahun 2021 yang sebanyak 30,04 juta ton.

Sebuah barang atau pangan akan dijual dengan harga yang beragam tergantung fungsinya, tujuannya, bahan yang dipakai dalam membuat barang tersebut, dan lainnya. Menurut Fandy Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga yang diperlihatkan kepada konsumen akan memberikan informasi yang cukup bagi konsumen untuk melakukan analisis apakah harga yang ditawarkan sesuai daya belinya atau tidak.

Minat beli konsumen adalah perilaku yang mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli jasa maupun produk untuk dikonsumsi.

Langowan adalah sebuah daerah yang berada di Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara. Langowan termasuk daerah daerah dataran tinggi dengan iklim sejuk. Pada tahun 2022, tercatat bahwa populasi Langowan adalah sebesar 96.490. Langowan tidak memiliki pusat pemberlanjaan (mall) besar seperti yang ada di Kota Manado. Dengan keterbatasan pusat pemberlanjaan ini, maka banyak toko pakaian yang mendirikan tokonya di Pasar Baru Langowan. Toko pakaian di Pasar Baru Langowan sangatlah beragam. Namun toko-toko pakaian tersebut tidak hanya menjual pakaian baru saja, beberapa

toko memperjualbelikan pakaian bekas dengan kualitas dan harga yang beragam. Pakaian-pakaian tersebut berasal dari berbagai macam brand baik produk impor maupun lokal yang memiliki kualitas setara dengan baju yang terpajang di butik atau mall.

Harga beras selalu tidak menentu. Seringkali harga beras turun dan seringkali juga harga beras naik sehingga membuat masyarakat khawatir. Pada Juni 2023 harga beras di Sulawesi Utara mengalami penurunan. Meski tidak signifikan, namun dapat bermanfaat jika membeli dalam jumlah banyak. Beras yang turun harga adalah Superwin. Beras yang diperjualbelikan saat ini juga terdiri dari berbagai macam jenis beras antara lain yaitu; beras Superwin, beras merpati, beras superwin kota, beras memramo, beras super, beras bunaken, dan beras istana pangang.

Sebelumnya diketahui bahwa harga beras di pasaran Sulawesi Utara relatif mahal. Bahkan kata pengamat, harga jual di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) tentunya akan berdampak tidak baik. Pengamat Ekonomi Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT) Joy Tulung SE. Msi, PhD mengatakan bahwa harga beras yang mahal menjadi salah satu kontributor utama kenaikan inflasi. Kebijakan HET tidak efektif dalam menekan harga beras di tingkat konsumen.

Kebijakan HET yang diterapkan sejak September 2017 tidak memberikan hasil karena terbukti harga beras selalu lebih tinggi dari HET. Harga beras di pasar ritel Indonesia secara konsisten selalu di atas HET. Kesenjangan antara HET dan harga pasar akan merugikan para pelaku usaha dan konsumen. Jika pelaku usaha dipaksa untuk selalu mengikuti HET dengan menekan margin, maka dikhawatirkan tidak ada pelau pasar yang akan menjual beras domestik. Hal ini akan berdampak pada berhentinya produksi petani gabah. Dampak selanjutnya adalah bukan tidak mungkin penggilingan menegah juga akan berhenti berproduksi.

Salah satu pedagang beras di Pasar Baru Langowan Kabupaten Minahasa adalah harga beras kembali naik. Kenaikan harga beras dipicu terbatasnya pasokan yang masuk dari distributor. Kemungkinan besar harga beras akan terus naik sampai masuk bulan Desember.

Harga beras yang beragam di Pasar Baru Langowan cukup memberikan informasi mengenai barang tersebut kepada calon konsumen. Namun, walaupun sudah memberikan harga yang beragam, tak jarang calon konsumen tidak jadi membeli beras yang dijual tersebut. tak jarang ada konsumen yang hanya menawarkan harga lalu pergi setelah mengetahui harganya. Hal ini menjadi permasalahan yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Beras terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Baru Langowan Kabupaten Minahasa".

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu konsep dalam pemasaran. Harga diartikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu - satunya dari unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di banding unsur bauran pemasaran yang lainnya (produk, promosi dan distribusi). Strategi penetapan harga menjadikan tantangan yang semakin meningkat untuk banyak perusahaan, karena deregulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang kompetitif, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan posisinya.

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*.

Menurut Kotler (2011), keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk .dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal masyarakat. Dari beberapa definisi yang dijelaskan oleh para tokoh maka keputusan pembelian adalah hasil dari pertimbangan dan

pengolahan pikiran dari seorang konsumen untuk lakukan tindakan pembelian atau tidak suatu produk.

METODE PENELITIAN

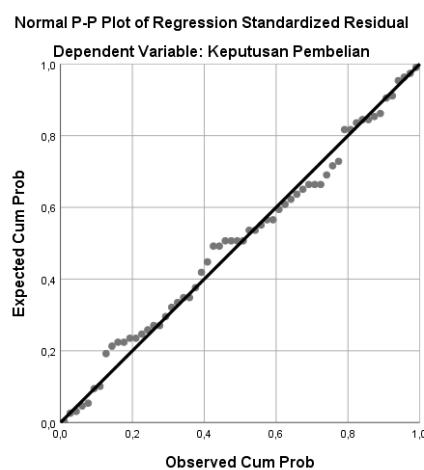
Penelitian adalah jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Penelitian ini menggunakan 60 responden sebagai sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Hasil uji Normalitas P plot yang dilakukan dengan SPSS 26 terhadap variable penelitian:

Tabel 1. Statistik Deskriptif



Sumber: Data diolah, 2023

Hasil pada gambar di atas menunjukkan bahwa plot titik-titik mengikuti garis horizontal yang ada sehingga data dalam penelitian ini dinyatakan telah berdistribusi secara normal dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Regresi linear berganda

Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant) 6,778	3,695		7,247	0,000
	Harga 1,182	0,110	0,212	3,649	0,005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah (2023)

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *constanta* adalah 6,778, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel harga (nilai X1 adalah 0) maka keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan ada sebesar 6,778 satuan.

Nilai koefesien regresi harga adalah 1,182, artinya jika variabel harga (X) meningkat sebesar

1% dengan asumsi konstanta (a) adalah 0, maka keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan meningkat sebesar 1,182. Nilai yang terdapat pada tabel diatas bersifat positif sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berkontribusi positif pada keputusan pembelian (Y).

Uji Determinasi (R2)

Tabel 3. Model Summary

Model Summary ^b		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Model 1	.212 ^a	0,745	0,028	2,461

- a. Predictors: (Constant), Harga
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel *model summary* diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah 0,745 sehingga hasil yang didapatkan adalah harga (X) berpengaruh sebesar 74,5% terhadap keputusan pembelian (Y) beras di Pasar Baru Langowan dan sisanya yaitu sebesar 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 4. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a					
Model	B	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,778	3,695	7,247	0,000
	Harga	1,182	0,110		

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah (2023)

Variabel harga (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan. Hal ini terlihat dari signifikan harga (X) $0,005 < 0,05$.

Nilai $t_{tabel} = t (a/2; n-k-1 = t (0,05/2; 60-2-1) = 2,00172$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,649 > 2,00172$), maka H_0 ditolak dan H diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi “Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Beras di Pasar Baru Langowan” terbukti benar dan diterima

PEMBAHASAN

Penelitian ini berupaya mengungkapkan mengenai pengaruh harga (X) terhadap keputusan pembelian (Y) beras di Pasar Baru Langowan. Pasar Baru Langowan adalah salah satu pasar yang berlokasi di Langowan, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara

Uji Parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) beras di Pasar Baru Langowan. Ini terlihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dalam penelitian

ini. Hipotesis yang telah dikemukakan oleh peneliti dengan ini dinyatakan benar dan dapat diterima.

Uji Determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga bepengaruh 74,5% terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan, sementara 25,5% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil pembahasan ini menunjukkan betapa pentingnya pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan. Dengan besarnya pengaruh harga, maka pedagang di Pasar Baru Langowan harus memberikan harga mengikuti harga pangan strategis yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dikarenakan beras adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat, pedagang diharapkan tidak mencurangi harga jual sehingga pembeli dapat terus melakukan pembelian tanpa merasa khawatir akan harga yang diberikan.

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dan melihat hasil olah data dan pembahasan yang ada, dengan ini penelitian kemudian menarik kesimpulan bahwa harga memiliki korelasi yang kuat dengan keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Lanagowan dengan pengaruh sebesar 74,5% terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Baru Langowan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT. Rajawali Pers.
- Ismail. 2013. *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Bogor: IPB
- Kotler,P and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Keller,KevinL. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Penerbit CAPS : Yogyakarta.
- Suryani,Tatik. 2018. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu