



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep)

Andri Wulan Nursuciati¹, Hadi Purnomo²

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima 2023
Diperbaiki -
Disetujui 2023

Keywords:

*Harga, Kualitas Produk,
Keputusan Pembelian.*

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions at the Mbethuk Fashion Sumenep Store. This research uses quantitative methods. The population in this study are consumers who have purchased and consumers over 17 years of age. Sampling of this study used purposive sampling with a total of 97 respondents, with data analysis techniques using multiple linear analysis. The results of this study are: (1) Product quality influences purchasing decisions at the Mbethuk Fashion Sumenep Store. (2) Prices affect purchasing decisions at the Mbethuk Fashion Sumenep Store. (3) Product quality and price affect purchasing decisions at the Mbethuk Fashion Sumenep Store.

✉ Penulis Korespondensi*

Hadi Purnomo

Email:

oyehadi@gmail.com

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Andri Wulan Nursuciati & Hadi Purnomo (2023), Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, 3 (4), hlm. 560-566

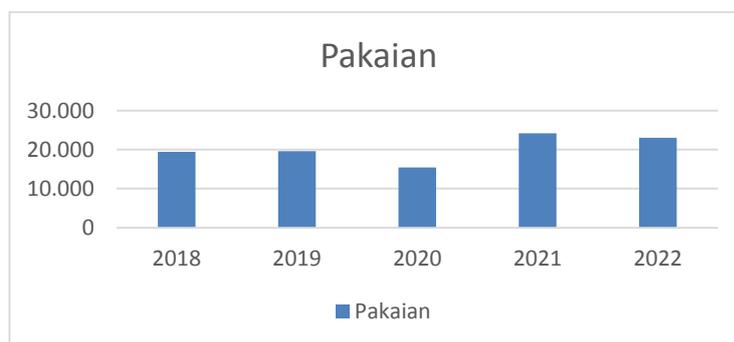
PENDAHULUAN

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, seperti penjualan fashion di Indonesia, banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya perusahaan bermunculan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil yang berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan yang menjual produk yang sejenis. Salah satu cara untuk mencapai

tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran, serta memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler & Keller, 2016). Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan, tidak hanya dari harga yang diperoleh tetapi juga berdasarkan kualitas produknya, (William J. Stanton). Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan harga merupakan nilai atau sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh manfaat dari suatu barang yang akan menjadi pilihannya (Malau, 2017). Kotler & Amstrong (2016) megatakan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Suri Amilia (2017), tentang Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dias Nurmalasari dan Budi Istiyanto (2021), tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga kualitas produk dan harga dapat mendorong konsumen untuk melakukan penelitian.

Dalam penelitian ini, toko Mbethuk Fashion merupakan toko yang menjual berbagai macam produk *fashion*, mulai dari anak hingga dewasa. Toko Mbethuk Fashion juga menjual secara grosir maupun eceran dengan berbagai kualitas produk dan harga yang berbeda-beda, mulai dari yang murah hingga yang mahal tergantung dari kualitas produk yang ditawarkannya. Diketahui pesaing penjualan produk *fashion* sangat banyak berada di Daerah Sumenep, dan toko ini harus lebih gencar untuk melakukan pemasaran produknya agar dapat meningkatkan penjualan dari sebelumnya. Dengan adanya persaingan tersebut, toko Mbethuk Fashion ini menawarkan harga produk sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut data penjualan Toko Mbethuk Fashion sejak tahun 2018 sampai 2022.



Gambar 1. Grafik Penjualan produk Toko Mbethuk Fashion
Sumber: Toko Mbethuk Fashion

Dapat diketahui bahwa penjualan mengalami naik turun setiap tahunnya. Menurut pemilik toko, naik turunnya penjualan disebabkan karena produk yang dijual

kepada konsumen setiap tahunnya berubah kualitas serta harganya. Hal tersebut bukan karena penjual merubah harga pasar atau bahkan tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual melainkan produk fashion dari produsen selalu berubah kualitas produknya dan tentunya harga juga menyesuaikan dari kualitas produk yang di terima tersebut. Dapat diketahui bahwa produsen produk fashion ini setelah mendapat permintaan suatu produk, maka produk tersebut tidak dapat dikembalikan keseluruhan atau dapat ditukarkan hanya sebagian kecil saja. Apalagi jika adanya perubahan harga dari produsen, otomatis penjual juga akan menaikkan harga jual yang tidak selalu disesuaikan oleh kualitas produk yang ada. Agar keberlangsungan usaha jual beli tercapai, maka toko Mbethuk Fashion ini harus dapat menawarkan produk yang berkualitas dan inovatif yang nantinya mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa atribut produk (kualitas dan harga) mampu mempengaruhi suatu keputusan untuk melakukan pembelian.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Mbethuk Fashion di Sumenep.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pada pendekatan kuantitatif menitik beratkan pada pengujian hipotesis, dengan menggunakan alat bantu statistik untuk melakukan pengujian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep dengan 97 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuisioner dan data sekunder berupa buku dan jurnal. Dengan menggunakan uji instrument penelitian uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data pada penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi berganda. Serta uji hipotesis yang digunakan yaitu uji parsial (Uji t), Uji simultan (Uji f) dan uji koefisien determinasi (R²).

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian uji r tabel dari 14 item pernyataan menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel dengan ketentuan r tabel yaitu 0.1996 yang membuktikan seluruh butir item pernyataan dinyatakan **valid**. Berdasarkan hasil penelitian untuk uji reliabilitas dapat diketahui bahwa item pernyataan seluruh variable memiliki Cronbach alpha > 0.60 sehingga item pernyataan dinyatakan **reliabel**.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antar dua variable independent (X) dengan variable dependen (Y).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2,059	1,430		1,440	0,153
	Kualitas Produk	0,267	0,050	0,412	5,315	0,000
	Harga	0,466	0,079	0,457	5,885	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibentuk suatu persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.059 + 0.267X_1 + 0.466X_2 + 1.430$$

Keterangan:

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Harga

Y : Keputusan Pembelian

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independent secara individual atau parsial terhadap variable dependen.

Tabel 2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2,059	1,430		1,440	0,153
	Kualitas Produk	0,267	0,050	0,412	5,315	0,000
	Harga	0,466	0,079	0,457	5,885	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2022

Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui variable-variabel independent dalam penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variable dependent.

Tabel 3. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186,607	2	93,304	56,434	.000 ^b
	Residual	155,413	94	1,653		
	Total	342,021	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah 2022

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variable independent.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	0,546	0,536	1,28582

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2022

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji parsial (uji t) untuk variable kualitas produk (X1), bahwa variable kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuisioner penelitian yang memiliki skala tertinggi dan berdasarkan indikator keputusan pembelian yaitu konsumen memutuskan membeli kembali produk di Toko Mbethuk Fashion. Uji t diperoleh nilai t hitung untuk variable kualitas produk sebesar $5.315 > t \text{ tabel } 1.986$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat keputusan konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji parsial (uji t) untuk variable harga (X2), bahwa variable harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion. Uji t diperoleh nilai t hitung untuk variable harga sebesar $5.885 > t$ tabel 1.986 dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Sehingga semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap harga, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Mbethuk Fashion di Sumenep

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji simultan (uji f) dapat diketahui bahwa nilai dari f hitung sebesar $56.434 > f$ tabel 3.09 dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Dengan hasil tersebut, bahwa variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion Sumenep.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion Sumenep.
3. Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mbethuk Fashion Sumenep.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan saran sebagai bahan pertimbangan bagi beberapa pihak, yaitu Toko Mbethuk Fashion perlu memperhatikan kualitas produk. terutama mengenai kualitas bahan yang ditawarkan kepada konsumen, Toko Mbethuk Fashion perlu memperhatikan mengenai harga sesuai kemampuan atau daya saing, Kualitas produk dan harga di Toko Mbethuk Fashion merupakan dua aspek yang harus diperhatikan, karena kedua variabel mempengaruhi keputusan pembelian agar ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan terjadi peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, VI, No 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, VIII, No 1.
- Ritonga, H. M., & Fikri, M. E. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan.

Steven, W., Budiono, S., & Adirinekso, G. P. (2021). How Product Quality, Brand Image and Price Perception Impact on Purchase Decision of Running Shoes. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management.

Stanton, W. J., 2014. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.

Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Journal of Business Management and Accounting*, 1, No 1.

Zainurossalamia, S. (2020). *Teori dan Strategi Manajemen Pemasaran*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.