

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kripik Seblak Bantet Di Desa Bumiharjo

Dewi Arnum Sari¹, Annisa Syahdila Malik Batu Bara²
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
dewiarnunsari@gmail.com¹

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether product quality and price have a major influence on purchasing decisions in the village of Bumi Harjo, sub-district of Buay Buhaga. The method used in this study is the method of collecting questionnaire data and data analysis. The results of this study show the quality variable. product and price have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Persaingan kuliner Indonesia membuat tingkat persaingan menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para pebisnis kuliner terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya makanan di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu kualitas produk yang bagus dan harga produk yang terjangkau. Banyak produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk-produk tersebut. Inovasi produk terus dilakukan oleh penjual makanan untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkannya.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Keputusan Pembelian

merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk

2. TELAAH TEORITIS

2.1. Kualitas Produk

Kloter dan Amstrong (2012:283) mengatakan kualitas produk adalah keahlian sebuah produk dalam menampilkan sesuatu yang menonjol di dalamnya, hal ini termasuk Bentuk, Fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, desain. Menurut Fandy Tjiptono (2010:14) Kualitas produk adalah serangkaian usaha yang melampaui lebih dari keinginan konsumen yang terdiri dari produk, dan cara berprosesnya sebuah produk. Menurut David Garvin dalam dinawan (2010), untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat dilakukan melalui dimensi sebagai berikut:

- a. Kinerja, bagaimana fungsional barang dan karakter yang utama dalam keputusan konsumen dalam membeli produk.
- b. Gambar, yaitu performance yang berguna untuk memberikan suatu hal khusus yang di dalam pilihan produk dalam proses perkembangannya.
- c. Keandalan, hal yang berkaitan dengan bagaimana suatu produk berhasil di dalam fungsinya disetiap kondisinya.
- d. Daya tahan, suatu produk memiliki daya tahan atau masa habis nya berapa lama Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yazia (2014) dengan judul “pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian Handphone Blackberry”. Hasil penelitian ini secara simultan kualitas produk, harga dan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan, secara parsial kualitas produk, harga dan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

2.2. Harga

Wiliam J. Stanton (2008:31) harga adalah sejumlah nilai uang yang diperlukan untuk memperoleh hubungan sebuah produk jasa yang menyertainya. Menurut Tjiptono (2008:151) harga ialah satuan ukuran yang menentukam barang dan jasa guna memperoleh kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga menurut Kotler & Amstrong (2008:3450) yang diartikan oleh sabran harga adalah sejumlah uang yang transaksikan atas barang atau jasa, atau hasil dari nilai yang dipergunakan dan ditukarkan para konsumen pelanggan untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa harga bahwa nilai didalam suatu produk dan jasa dapat digunakan atau dilakukan transaksi itu sendiri untuk mencapai keuntungan dan nilai didalamnya tujuannya.

Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh LESTARI (2015) “ *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus klinik Erha Skin Cirebon)*” menunjukkan bahwa hasil terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen klinik Erha skin Cirebon.

2.3. Keputusan Pembelian

Suharno (2010:96) Mengatakan keputusan pembelian adalah akhir proses setelah memilih disaat pembeli telah berpikir dalam pilihan nya dan melakukan pembelian barang, serta memakainya. Tjiptono (2016:22) keputusan Pembelian ialah kegiatan yang sangat bergantung pada tingkah laku pelanggan. Tingkah laku ini merupakan proses dalam menentukan dan menilai apakah barang atau produk atau jasa tersebut bisa dibeli, dan merupakan keputusan yang dapat dilihat dari tingkah laku pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di desa Bumi Harjo kec. Buay Buhaga Kabupaten Way Kanan, Provinsi Lampung.

b. Populasi dan sampel

Dalam penelitian ini di gunakan masyarakat sekitar dan yang pernah berbelanja di toko makanan ringan didesa bumi harjo dengan mensurvei melalui kuisioner.

c. Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji Validitas

Mengatakan uji Validitas adalah tingkat kehandalan dari item-item indikator yang didapatkan dari survey kuisioner yang di pergunkan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item indikator yang terdapat dalam variabel sudah sah atau handal. Berikut di sajikan pada table berikut

Indikator	X1	X2	Y	Keterangan
KP2	0,845			Valid
KP3	0,823			Valid
KP5	0,808			Valid
KP6	0,803			Valid
H4		1,000		Valid
KK2			0,799	Valid
KK3			0,800	Valid
KK5			0,806	Valid
KK10			0,619	Valid
KK11			0,653	Valid

Sumber : other loading pengelola data 2021

Pada table tersebut Menggambarkan item-item di setiap indikator variabel sudah valid. Di uji menggunakan smart PLS 3.0 kita bisa mengetahui setiap indikator pada variabel yang di gunakan mampu menguji sah atau tidak. Sudah jelas pada table Dikatakan valid karena di lebih dari 0,6 dan mewakili setiap indikator pada variabel masing-masing.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel itu sudah reliabel atau handal dan konsisten atau stabil bisa dipakai. perhatikan table berikut

no	Variabel	Cronbach's Alpha	Composite reability	keterangan
1	Kualitas Produk	0,784	0,860	reliabilitas
2	harga	1.000	1.000	reliabilitas
3	Keputusan pembelian	0,858	0,839	reliabilitas

Sumber : validitas dan reliabilitas konstruk pengelola data

Uji reliabilitas menunjukkan composite reliability dan cronbach's alpha untuk variabel kualitas produk, harga, keputusan pembelian diperoleh hasil bahwa keseluruhan variabel telah memenuhi kriteria nilai composite reability < 0,7 itu artinya setiap variabel telah konsisten dan reliabel.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah varibel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian perhatikan tabel dibawah ini :

hipotesis	Original sampel	Sampel mean	STDEV	T Statistic	P-Values
X1->Y	0.812	0.814	0.073	11.069	0.000
X2->Y	0.292	0.277	0.082	3.576	0.000

Sumber : bootstrapping smart pls

Dari hasil uji hipotesis untuk variabel promosi berpengaruh akan keputusan pembelian. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai P-Values $0.000 < 0,05$ sehingga kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kripik seblak bantet. Sedangkan uji hipotesis untuk variabel Harga berpengaruh akan keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan Nilai P-Values- $0,000 < 0,05$ sehingga harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan kripik seblak bantet.

5. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk , harga terhadap keputusan pembelian kripik seblak bantet di desa bumi harjo. Kualitas sangat lah berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kripik seblak bantet kualitas produk yang baik dapat memengaruhi keputusan pembelian para konsumen di desa bumi harj . Dan harga yang relatif berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan memberikan harga yang sesuai pada kripik seblak bantet dapat meningkatkan konsumen menjadi lebih banyak peminat dan membelinya.

Dan bagi para peneliti selanjutnya bisa menambahkan apabila ada yang kurang di dalam penelitian ini dan bisa menambahkan variabel.

6. REFERENSI

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi, Yogyakarta. Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.

Dinawan. (2010). Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting, Free Press. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

William J. Stanton, (2008), Prinsip Pemasaran, Edisi ketujuh, jilid 2, cetakan keempat. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.

Vivil Yazia. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang), ECONOMICA, Vol.2, No.2, hal.165-173.

Lestari, Indah Ayu. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Klinik Erha Skin Cirebon).Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). Marketing In Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu.