

**THE ROLE OF QUALITY PRODUCT AND PRICE ON TOFU PURCHASE DECISION  
(CASE STUDY OF TOFU HOME INDUSTRY IN BUNDARAN SMEKTO)**

Wiwit Widiastuti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of business, Darwan Ali University, Sampit, Indonesian

*History of Article : received July 2020, accepted August 2020, published September 2020*

---

*Abstract - This study discusses about the effect of product quality and price toward buying decision tofu crude (study case at the Home Industry Smekto Sampit Roundabout). The research instrument was an experiment and questionnaire. The sampling technique in this study was purposive sampling with a total sample of 100 respondents. This research uses quantitative methods. Based on the testing of the t-test results obtained, that the product quality variable has a t count of 0.020 with a significant 0.025, because the probability <0.05 then H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>a</sub> is accepted. Price variable has a t count of 0.009 with a significant 0.378. Because probability > 0.05 then H<sub>0</sub> is accepted and H<sub>a</sub> is rejected. So it can be concluded that product quality variables have a significant effect on purchasing decisions, while prices do not have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Product Quality, Price, Buying Decision

---

**PERAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TAHU MENTAH (STUDI KASUS PADA HOME INDUSTRI TAHU BUNDARAN SMEKTO)**

Wiwit Widiastuti<sup>1</sup>

email: [wiwit549@gmail.com](mailto:wiwit549@gmail.com)

<sup>1</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Kalimantan Tengah, Indonesia

---

**Abstrak** - Dalam skripsi ini membahas mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tahu mentah (study kasus pada Home Industri Tahu Bundaran Smekto Sampit). Instrumen penelitian berupa eksperimen dan kuisioner. Metode pengambilan sampel dalam riset ini merupakan purposive sampling dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian ini merupakan kuantitatif. Berdasarkan dari pengujian uji-t diperoleh hasil, bahwa indikator kualitas produk mempunyai  $t_{hitung}$  0,020 dengan signifikan 0,025. Mengacu pada probabilitas < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Variabel harga mempunyai  $t_{hitung}$  0,009 dan signifikan 0,378. Mengacu pada probabilitas > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lebih lanjut, harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas Produk, harga, keputusan pembelian

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan sistem perekonomian dan industri pengolahan membawa hal baik bagi kehidupan manusia yang memerlukan kebutuhan dan keinginan akan bahan pangan, hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengusaha sehingga mengakibatkan banyaknya persaingan antar pelakubisnis. Dunia bisnis saat ini identik dengan adanya pengusaha yang ingin bersaing, baik dalam konteks usaha kecil hingga menengah keatas yang disebut UMKM.

Tahu merupakan makanan terbuat dari biji kacang kedelai melalui proses fermentasi

dan diambil sarinya, tahu sendiri juga mengandung protein dan rendah sodium. Produk tahu sudah dikenal oleh masyarakat, sebagai lauk untuk makanan dan mempunyai berbagai macam manfaat khususnya bagi kesehatan tubuh manusia yaitu mencegah terjadinya penyakit jantung. Namun ada juga sisi negatife dari pembuatan tahu, sebagian pengusaha yang melakukan kecurangan dengan mencampur bahan kimia ke dalam pembuatan tahu agar produk yang dihasilkan tahan lama dan mendapat keuntungan lebih banyak.

Di kota Sampit ada beberapa UMKM

industri pengolahan yang bergerak dalam bidang pangan yaitu tahu mentah atau tahu yang belum matang, ada 5 pabrik tahu yaitu : Tahu Smekto Bundaran, Tahu Arema, Tahu Maju Makmur, Tahu Usaha Jaya dan Tahu Tejo. Salah satu yang memproduksi pengolahan tahu mentah adalah Tahu Bundaran Smekto Suhari milik Bapak Suhari yang berdiri sejak tahun 1984 sampai dengan sekarang, berlokasi di jalan Smekto RT.12 RW. 03 Kec.Baamang Kel. Baamang Hulu. Berdasarkan wawancara langsung pabrik Tahu Smekto juga melayani pembelian secara ecer ke kosumen akhir maupun pembelian secara grosir. Usaha ini setiap harinya mampu menghabiskan 10 sak kedelai dalam sehari. Bahan baku yang dibutuhkan dalam pembuatan tahu mentah yaitu: kedelai, cuka kenai, air. Untuk mempertahankan usahanya, tahu smekto selalu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, agar semua pelanggan tidak beralih ke pesaing yang memiliki usaha yang sama. Pabrik tahu smekto menawarkan produk tahu mentah yang berkualitas, bersih, padat, lapisan yang tebal, alami segar, tanpa bahan pengawet buatan (*Formalin*), bisa dikatakan tidak ada *formalin* didalam produk karena memiliki surat pernyataan bahwa kualitas produk tahu smekto dibuat secara alami dengan nomor pernyataan 01/FM-3/P-IRT/1/2006. Selain itu pabrik Tahu Smekto mempunyai lingkungan yang terjaga kebersihannya dibandingkan pesaing lain, karenalokasi pabrik dan tempat penjualan diatur secara terpisah.

Belakangan terakhir ini nilai tukar rupiah terhadap dollar AS mencapai 14.481/US\$, mengakibatkan harga kedelai dan bahan baku lain menjadi ikut naik yang diberitakan dalam [finance.detik.com](http://finance.detik.com) (09/09/2018). Kenaikan dari harga bahan baku tersebut menyebabkan biaya yang diproduksi menjadi lebih tinggi. Hasil kunjungan langsung ke beberapa pabrik yang lain contohnya Tahu Maju Makmur, kenaikan harga bahan baku dapat dirasakan oleh pabrik tahu pesaing lainnya sama halnya dengan Pabrik Tahu Smekto. Pengelola pabrik mengeluhkan adanya kenaikan harga bahan baku menjadi penghambat dari kelancaran

proses produksi tahu mentah khususnya dalam penyesuaian harga tahu mentah dipasaran.

Beberapa pabrik yang beroperasi dalam pembuatan tahu dengan harga yang bervariasi antara lain:

**Tabel 1.** Daftar Harga Jual Tahu 2018

No	Nama Usaha	Harga Jual	
		Besar/biji	Kecil/biji
1	Tahu Smekto Bundaran	Rp. 500	Rp. 300
2	Tahu Maju Makmur	Rp. 500	Rp. 400
3	Tahu Arema	Rp. 600	-
4	Tahu Usaha Jaya	Rp. 500	Rp. 300
5	Tahu Tejo	Rp. 500	Rp. 300

Dari informasi diatas menampilkan tahu mentah home industri milik Bapak Suhari adalah lebih murah daripada pesaingnya. Tahu Maju Makmur juga menjual produk tahu mentah, dari tampilan memiliki tekstur yang sama hingga dari segi harga relatif lebih mahal dari Tahu Smekto Bundaran. Dalam hal ini Tahu Maju Makmur lebih banyak peminatnya dari Tahu Smekto Bundaran. Mempertahankan kualitas dan harga yang stabil juga telah dilakukan oleh tahu smekto namun kenyataannya, tahu smekto mengalami penurunan keuntungan dan jumlah konsumen yang berkurang dari sebelumnya.

## METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini dibuat secara bertahap dengan rencananya ingin diteliti, teknik pengumpulan data, analisis waktu penelitian hingga penyajian hasil. Jenis yang diambil dalam penelitian ini adalah dilakukan secara deskriptif atau melalui data yang dikumpulkan serta dibuat dalam bentuk angka-angka yaitu penelitian kuantitatif. Dalam hal ini data juga dibuat dalam bentuk data primer, yaitu sebetulnya data yang didapat dari sumber asli tidak melalui perantara.

Objek penelitian ialah suatu lokasi maupun tempat dimana terjadinya sebuah masalah yang harus diteliti. Sedangkan subjek dari penelitian merupakan sesuatu sasaran populasi riset ataupun ilustrasi riset yang relevan bertujuan untuk penelitian. Kemudian suatu penelitian dilakukan pada objek Home Industri Tahu Mentah Smekto Bundaran Sampit, dan subjek penelitian ini adalah masyarakat kota sampit.

#### Hipotesis Penelitian

1. H1: Mutu produk mempengaruhi signifikan terhadap keputusan pembelian di Home Industri Tahu Bundaran Smekto Sampit.
2. H2: Harga mempengaruhi signifikan terhadap keputusan pembelian di Home Industri Tahu Bundaran Smekto Sampit.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh masyarakat Kota Sampit Kelurahan Baamang Hulu, perempuan umur 18-50 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*, yaitu atas dasar pertimbangan tertentu dalam memilih sampel dalam upaya mendapatkan informasi sesuai yang diharapkan. Dalam hal ini subjek yang dipilih berdasarkan syarat tertentu antara lain:

- a. Masyarakat kota Sampit kelurahan Baamang Hulu
- b. Perempuan umur 18-50 tahun

Roscoe (1975) dalam Sekaran (2006), memberikan pedoman besaran sampel antara lain:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 elemen.
2. Jika sampel terdiri dari subsampel, laki-laki atau perempuan, junior dan senior, minimum jumlah subsampel sedikitnya adalah 30.
3. Pada penelitian *multivariate* maka jumlah anggota sampel sedikitnya adalah sepuluh kali dari jumlah indikator atau sub variabel penelitian.

Dalam penelitian ini akan melakukan analisis dengan *multivariate* terdapat 4 variabel independent dan 1 variabel dependent, sehingga anggota sampel minimum adalah  $10 \times 5 = 50$ . Atas dasar perhitungan tersebut maka jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 orang responden.

#### Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data penelitian ini termasuk kegiatan berikut :

- a. Penelitian Eksperimen
- b. Kuesioner

#### c. Studi Pustaka

#### Uji Validitas & Uji Reliabilitas

##### Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan melalui *program software SPSS 22*. Pengujian validitas adalah menggunakan korelasi Produk Momen Pearson (*Bivariate Pearson*), ada dua sisi pengujian dengan signifikansi 0,05 antara lain:

- a. Item pertanyaan dinyatakan signifikan dengan nilai 0,05 yang berarti valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.
- b. Item pertanyaan dinyatakan tidak signifikan jika  $r$  hitung negatif dan berarti tidak valid jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel.

##### Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan teknik *alpha cronbach*, untuk menggunakan teknik ini jika nilai alpha lebih besar dari 0,06 maka akan dinyatakan reliabel.

#### Teknik Analisis Data

Penelitian ini mengacu pada analisis regresi logistik dengan prosedur SPSS yang digunakan adalah regresi logistik biner (*binary logistic regression*) dimana variabel dependennya berupa variabel dikotomi atau variabel biner. Menurut Woro, 2011 (dalam Merdekawati, 2015) menerangkan bahwa regresi logistik ini berfungsi untuk memperbaiki kemungkinan (*probabilitas*) dari sebuah kejadian dengan dua fungsi logit dan kurva logistik. Ada dua kemungkinan yang terjadi yaitu memilih untuk membeli dengan angka 1 dan memilih untuk tidak membeli dengan angka 0. Menurut Gujarati (1997) model regresi untuk menganalisis atas dasar *Sample Regression Function (SRF)* adalah sebagai berikut:

$$\text{Log} \left( \frac{P}{1 - p} \right) = Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3K_1 + b_4K_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (membeli = 1, tidak membeli = 0)

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Harga

$K_1$  = Pendapatan

$K_2$  = Lokasi  
 $b_0, b_1, b_2, b_3, b_4$  = parameter yang diestimasi  
 $e$  = Error

Logit (*log odds*) merupakan koefisien *slope* ( $b$ ) dari persamaan regresi *Slope* adalah perubahan nilai rata-rata dari  $Y$  (keputusan membeli =  $P$ , tidak membeli =  $1-p$ ) dari satu unit perubahan nilai  $X$  (kualitas produk dan Harga). Regresi logistik ini digunakan untuk melihat apakah perubahan pada nilai variabel;  $Y$  ( $P / 1-p$ ) yang ditransformasikan menjadi peluang suatu kejadian, bukan nilai aslinya seperti pada regresi linier.

### Uji Hipotesis

#### Model Fit

Menurut Haryadi (2009) dalam Merdekawati (2015), untuk mengetahui nilai dari model fit ada dua pendekatan yaitu :

#### a. Kelayakan Model Regresi (*Goodness Of Fit Test*)

Menurut Haryadi (2009) dalam Merdekawati (2015), mengemukakan bahwa untuk mengukur kelayakan akan suatu model regresi (*goodness of fit test*) dilakukan dengan menguji hipotesis nol yaitu data empiris cocok pada suatu model mengacu kriteria penerimaan sebagai berikut:

$H_0$ : Model fit dengan data

$H_1$ : Model tidak fit dengan data.

Untuk menganalisa hal tersebut harus memperhatikan nilai *goodness of fit test* yang diukur dengan nilai *Chi Square* pada bagian bawah uji *Hosmer and Lameslow*, dengan kriteria dibawah ini:

- Jika probabilitas lebih dari 0,05 berarti  $H_0$  diterima
- Jika probabilitas kurang dari sama dengan 0,05 berarti  $H_0$  ditolak
- Mengukur *Overall Model Fit*.

Menurut Merdekawati (2015) menilai keseluruhan sebuah model adalah dengan cara memperhatikan angka  $-2 \text{ Log Likelihood (LL)}$  pada awal (*blok number = 0*) dan angka  $-2 \text{ Log Likelihood (LL)}$  pada (*blok number = 1*). Cara untuk mengenalinya adalah jika terjadi penurunan angka  $-2 \text{ Log Likelihood (blok number = 0 - blok number = 1)}$  mengkonfirmasi bahwa model regresi tersebut layak.

### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Dalam Merdekawati (2015) Uji-t merupakan pengujian untuk mengetahui signifikansi antara variabel independen terhadap dependen, yaitu variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Nilai uji tersebut dapat dilihat dari nilai  $p$ -value dan dilihat dari item sig. Prosedur analisis adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas ( $p$ -value)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- Jika probabilitas ( $p$ -value)  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil Analisis Regresi Logistik.

**Tabel 2.** Hasil Analisis Regresi Logistic

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	
X1	2.035	.909	5.015	1	.025	7.650	
X2	.906	1.027	.779	1	.378	2.476	
Step 1 <sup>a</sup>	K1	1.729	.812	4.538	1	.033	5.637
	K2	.888	.895	.983	1	.322	2.429
Constant	-15.988	4.639	11.879	1	.001	.000	

Dari data tabel 2 diperoleh hasil dari persamaan uji regresi logistik adalah sebagai berikut:

$$\text{Log} (P / 1 - p) = -15.988 + 2.035 X1 + 0.906 X2 + 1.729 K1 + 0.888 K2 + e$$

Dengan persamaan regresi tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Konstanta ( $a$ ) = -15.988  
 Nilai dari parameter tersebut menunjukkan bahwa jika variabel independen Kualitas Produk ( $X1$ ) dan Harga ( $X2$ ) tidak ada maka peluang dari Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel dependen hanya akan terbentuk sebesar -15.988.
- Kualitas Produk ( $X1$ ) = 2.035  
 Koefisien regresi tersebut menunjukkan jika variabel Kualitas Produk Tahu Smekto meningkat satu, maka akan terjadi peningkatan peluang konsumen untuk Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 2.035.
- Harga ( $X2$ ) = 0,906

Koefisien regresi dari variabel Harga Tahu Smekto menunjukkan jika meningkat satu, maka akan terjadi sebuah peluang Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,906.

4. Pendapatan (K1) = 1.729

Koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa selain pengaruh variabel kualitas produk dan harga, maka variabel Pendapatan (K1) sebagai variabel kontrol. Jika meningkat satu satuan, variabel tersebut juga akan mengontrol dengan meningkatkan peluang Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1.729 satuan.

Demikian halnya dengan variabel lokasi (K2) sebesar 0,888

5. Koefisien regresi dari variabel kontrol Lokasi menunjukkan jika meningkat satu, maka variabel tersebut juga akan mengontrol peluang Keputusan Pembelian (Y) 0,888.

**Uji Hipotesis**

**Model Fit**

**a) Kelayakan Model Regresi (Goodness Of Fit Test)**

Model tersebut digunakan untuk mengetahui apakah data observasi cocok atau sesuai dengan model regresi logistik, jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima artinya tidak ada perbedaan nyata antara klasifikasi yang telah diprediksi dengan pengamatan klasifikasinya. Sebaliknya jika probabilitas ≤ 0,05 maka Ho ditolak artinya ada perbedaan nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi diamati.

**Tabel 3.** Hasil Pengujian Kelayakan Model Regresi Hosmer and Leeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	12.059	8	.149

Sumber: data diolah

Berdasarkan data dari tabel 3, mengkonfirmasi bahwa nilai *Chi Square* sebesar 12,059 dan signifikansi sebesar 0,149 dengan angka probabilitas >0,05, dalam hal ini persamaan regresi logistik tersebut dapat digunakan menggambarkan sebuah hubungan variabel independen dan dependen layak

dipakai untuk penelitian selanjutnya. Dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang menunjukkan model regresi fit dengan data.

**b) Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)**

**Table 4.** Menilai Keseluruhan Model Iteration History<sup>a,b,c,d</sup>

Iteration	-2 Log likelihood
1	103.301
2	101.272
Step 1	101.213
4	101.213
5	101.213

a. Method: Enter  
b. Constant is included in the model  
c. Initial -2 Log likelihood: 120.430  
d. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat ditunjukkan bahwa model regresi dianggap layak, yang berarti dalam kriteria penerimaannya.

**c) Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Table 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) model summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	101.213 <sup>a</sup>	.175	.250

Sumber: Lampiran

Dengan data tabel 5 diatas, maka nilai *NagelkerkeR<sup>2</sup>*= 0,250 hal tersebut menunjukkan bahwa persentase berpengaruh sebesar 25,0 % yang artinya Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Pendapatan (K1) dan Lokasi (K2) memiliki hubungan korelasi hanya sebesar 25,0 % terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisa dari persentase sebesar 75 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

**d) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

**Tabel. 6.** Hasil Uji T

Variabel	B	Sig
X1	2.035	0.025
X2	0.906	0.378
K1	1.729	0.033
K2	0.888	0.322

Sumber: Lampiran

Hasil dari pengujian hipotesis masing-masing variabel yang dilakukan secara parsial

terhadap variabel dependen dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama, menunjukkan dari kolom sig terlihat bahwa probabilitas Kualitas Produk (X1) sebesar  $0,025 < 0,05$ , berarti hipotesis tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima, maka hipotesis pertama diterima.
2. Hipotesis kedua, berdasarkan pada kolom sig menunjukkan bahwa probabilitas Harga (X2) sebesar  $0,378 > 0,05$ , yang artinya hipotesis tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan arah positif. Dalam penelitian ini  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak, maka hipotesis kedua ditolak.
3. Hipotesis ketiga, jika dilihat dari kolom sig bahwa probabilitas Pendapatan (K1) sebagai variabel kontrol sebesar  $0,033 < 0,05$ , menunjukkan bahwa hipotesis tersebut mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Y). Maka, variabel pendapatan sebagai pengontrol dari keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang signifikan.
4. Hipotesis keempat, berdasarkan pada kolom sig terlihat bahwa probabilitas Lokasi (K2) sebagai variabel kontrol sebesar  $0,322 > 0,05$ , yang artinya hipotesis tidak memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi sebagai pengontrol dari Keputusan Pembelian terdapat pengaruh yang tidak signifikan.

## **Pembahasan**

### **Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian**

Mengacu pada uji hipotesis pertama ( $H_1$ ), hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan positif pada keputusan pembelian di Home Industri Tahu Mentah Smekto. Hasil pengujian ini

mendukung penelitian dari Mariana (2015) berasumsi bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan positif pada keputusan pembelian. Kualitas dari Home Industri Tahu Mentah Smekto memiliki tampilan yang kurang baik dalam segi warna dan konsumen merasa produk Tahu Mentah Smekto masih tergolong kurang bersih, terbukti dari jawaban responden mengenai warna dan kebersihan produk Tahu Smekto. Hal demikian akan berdampak kepada keputusan dalam membeli suatu produk. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan akan menentukan keputusan pembelian menjadi semakin baik.

### **Harga dan Keputusan Pembelian**

Mengacu pada uji hipotesis kedua ( $H_2$ ), hasil tersebut menunjukkan bahwa harga tidak signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian di Home Industri Tahu Mentah Smekto. Pernyataan ini didukung oleh penelitian dari Saputro (2015), bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga perspektif segi manfaatnya, jika harga telah sesuai dengan manfaat yang telah dirasakan maka konsumen akan memutuskan untuk membeli. Home Industri Tahu Mentah Smekto juga menawarkan harga yang cukup ekonomis dan lebih murah dibandingkan pabrik lain, dalam menentukan suatu harga Tahu Smekto juga bisa menyesuaikan dari segi kualitas maupun manfaatnya. Oleh karena itu konsumen tidak begitu mengkhawatirkan jika harga produk Tahu Smekto ada kenaikan atau pun penurunan, karena harga yang disesuaikan masih dalam batas kewajaran produk yang mereka inginkan layak untuk dikonsumsi. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga yang terjangkau ataupun tidak, maka keputusan pembelian akan sama saja.

### **Pendapatan dan Keputusan Pembelian**

Mengacu pada hasil uji regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa Pendapatan sebagai variabel kontrol berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Pembelian. Hal tersebut membuktikan bahwa Pendapatan dari masyarakat menjadi faktor keputusan konsumen dalam membeli, jika pendapatan sebagai variabel pengontrol meningkat maka peluang keputusan untuk membeli Tahu Mentah akan meningkat. Dari pendapatan yang diperoleh, tidak membuat konsumen langsung beralih ke makanan lain.

### **Lokasi dan Keputusan Pembelian**

Uji regresi yang dilakukan maka hasil telah membuktikan bahwa lokasi tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian. Dalam melakukan pembelian konsumen tidak hanya melihat lokasi yang dituju, namun melihat faktor lain seperti harga yang murah dan sesuai dengan manfaatnya. Terbukti dari jawaban responden bahwa lokasi dari pabrik Tahu Smekto mudah ditemukan dan juga memiliki tempat parkir cukup luas.

Dalam hal ini ada sebagian responden menjawab bahwa jalan menuju Pabrik Tahu Smekto kurang aman, karena jalan terlalu sepi sehingga rawan terjadi kejahatan dan kecelakaan di sekitar pabrik. Tetapi berdasarkan hasil jawaban yang diperoleh, kebanyakan responden tidak begitu mempermasalahkan lokasi dari pabrik tersebut. Dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak begitu mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk Tahu Mentah Smekto.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Tahu Mentah Smekto. Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengacu pada hasil regresi logistik untuk variabel Kualitas Produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), diketahui bahwa nilai koefisien  $<$  dari 0,05 atau sama dengan 0,05. Kesimpulannya adalah variabel Kualitas Produk (X1) terdapat pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

2. Mengacu pada hasil regresi logistik, untuk Harga (X2) pada keputusan pembelian (Y), diketahui bahwa nilai koefisien  $>$  dari 0,05. Kesimpulannya adalah variabel harga (X2) tidak terdapat pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

### **Saran**

Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan, berikut rekomendasi yang diajukan antara lain:

#### **1. Bagi perusahaan**

- a) meningkatkan inovasi-inovasi baru sehingga konsumen akan merasatertarik dan memutuskan untuk membeli.
- b) Home Industri Tahu Smekto agar lebih memperluas pasaran dan jaringan ke berbagai tempat, dan bisa menggunakan sistem komputerisasi dalam mengatur arus kas perusahaan.
- c) Home Industri Tahu Smekto perlu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk tersebut sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dari kegiatan pembeliannya dan akan melakukan pembelian ulang. Peningkatan kualitas produk tersebut dapat dilakukan dengan cara selalu menjaga kebersihan suatu produk dan penyajiannya, serta selalu menjaga kebersihan suatu produk dan penyajiannya, serta meningkatkan inovasi-inovasi baru sehingga konsumen akan merasa tertarik dan memutuskan untuk membeli.

#### **2. Penelitian selanjutnya**

Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain berkaitan dengan penelitian seperti selera konsumen, gaya hidup dan tingkat persaingan bisnis, agar lebih menyempurnakan penelitian sebelumnya.

## **REFERENSI**

- Daryanto.2011. *“Manajemen Pemasaran”*. Bandung: Satu Nusa
- Gain, Robert, Dkk. 2017. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt”*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.Vol.2 No.2.Universitas

- Ciputra.Surabaya No.1.Universitas 17 Agustus 1945.Surabaya
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *"Prinsip – Prinsip Pemasaran"*. Edisi Ke - 12 Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *"Prinsip – Prinsip Pemasaran"*. Edisi Ke - 12 Jilid 2. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2012. *"Prinsip – Prinsip Pemasaran"*. Edisi Ke - 13 Jilid 1. Erlangga: Bandung
- Mariana. 2015. *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD. Sinar Rejeki Di Samarinda"*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol.3 No.2. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Merdekawati, Yusnia. 2015. *"Pengaruh Budaya Sekolah, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen"*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Darwan Ali: Sampit
- Putri Iswayanti, Ika. 2010. *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang)"*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Rumandor, Priskyla Wenda, Dkk. 2017. *"Pengaruh Kualias Produk Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi dan Mie Toronata Di Kawangkoan"*. Jurnal Emba. Vol.5 No.2.Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Sadono Sukirno. 2001. *"Pengantar Teori Makroekonomi"*. PT. RajaGrafindo Persada. Edisi 2 Cet.12: Jakarta
- Saputro, Rihasto Mega. 2015. *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Grand Panorama Resto Semarang)"*. Jurnal Of Management. Vol.4, No.2. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sumiati & Ummu Habibah. 2016. *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura"*. Jurnal Ekonomi & Bisnis.Vol.1
- Uma Sekaran. 2006. *"Metode Penelitian Bisnis"*. Salemba Empat: Jakarta
- Umar, Husein. 2000. *"Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen"*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Umar, Husein. 2002. *"Metode Riset Bisnis"*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Widjaja, Yani Restiani & Febi Dwi Jayanto Rahmat.2017. *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung"*. Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi.Vol.9 No.1. Universitas Bina Sarana Informatika. Jakarta Barat.