
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK JAMBI DI MUARA BULIAN (STUDI KASUS KONSUMEN BATIK JAMBI MARYANA MUARA BULIAN)

Dini Haryati

IAI Nusantara Batanghari Muara Bulian
diniharyati14@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions of Jambi batik (Case Study of Jambi Batik Maryana Muara Bulian). The population of this research is all consumers of Jambi Maryana batik. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on purchasing decisions with the results obtained $t_{count} > t_{table}$ ($2,884 > 1,666$). This shows that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Prices have a significant effect on $t_{count} > t_{table}$ ($7,765 > 1,666$). This shows that H_0 is rejected and H_1 is accepted. This partially there is an influence between product quality and price on purchasing decisions. By looking at the results of the coefficient of determination (r^2) of 0.606 which means the magnitude of the role or contribution of product quality and price variables that can increase purchasing decisions by 60.6% and 0.394 or 39.4 is a residual variable that has not been studied in research this.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi (Studi Kasus Batik Jambi Maryana Muara Bulian). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen batik jambi maryana. Hasil penelitian ini menunjukkan, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.884 > 1.666$). Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Harga berpengaruh secara signifikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.765 > 1.666$). Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan begitu secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Dengan melihat hasil koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.606 yang memiliki makna besarnya peran atau kontribusi variabel kualitas produk dan harga yang mampu meningkat keputusan pembelian sebesar 60,6% dan 0,394 atau 39,4 merupakan variabel sisa (residu) yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Pemasaran sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Wawasan tentang pemasaran menjadi penting bagi perusahaan saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh turunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk baik barang maupun jasa sehingga mengakibatkan melambatnya perusahaan untuk berkembang. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan adalah pengamanan pembangunan nasional dibidang ekonomi yang disusun dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum

melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan dan berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Salah satu proses yang erat kaitannya dengan bisnis adalah etika pemasaran baik secara tersurat maupun tersirat misalnya komoditas yang diperdagangkan harus yang produknya berkualitas tidak melupakan Allah SWT, bersikap simpatik dalam penetapan harga, adil, amanah, jujur serta transparansi dalam berpromosi sehingga mencapai tujuan yang diinginkan produsen untuk mencapai keputusan pembelian terhadap produk. Sebagaimana yang telah disebutkan di dalam Q.S. An-Nisa 29: Sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Pada surat ini Allah melarang orang yang beriman memakan harta mereka dengan cara yang batil, dengan cara pencurian, penipuan, judi, dan riba dan hal-hal yang mengarah kepadanya dari berbagai jumlah pengharaman yang lain. Termasuk dalam jual beli, didalam prinsip ekonomi islam adalah menjual dan membeli suatu barang harus dengan suka sama suka aatau saling ikhlas dan ridho terhadap suatu barang atau produk yang akan di perjual belikan.

Seiring dengan kemajuan teknologi pada saat ini perkembangan dalam bidang industry karya seni dan budaya semakin berkembang khususnya industri batik. Batik merupakan salah satu hal yang dilirik dalam dunia fashion. Batik adalah salah satu warisan bangsa yang sudah dikenal di dunia setelah PBB membawahi masalah kebudayaan. UNESCO telah mengakui batik pada tanggal 2 Oktober 2009 sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi (*Masterpieces of the oral land and the intangible heritage of humality*). Di Indonesia batik memiliki berbagai macam motif dan corak yang tentunya sangat menarik untuk dilirik. Batik juga salah satu industry kreatif yang dapat menggerakkan ekonomi nasional.

Batik jambi adalah batik yang berasal dari provinsi jambi. Batik ini sudah ada sejak zaman kesultanan melayu jambi, pada masa kesultanan tersebut ciri khas batik jambi adalah warna merah, dan motif utamanya adalah flora dan fauna seperti durian pecah, Batanghari, angso duo bersayap, kapal sanggat, tampuk manggis dan lain-lain.

Perkembangan batik jambi sempat terputus beberapa tahun. Ibu Ratu Mas Hadijah merupakan salah salah satu seorang pengusaha wanita Jambi yang mempunyai beberapa lembar batik kuno yang terjadi pada pertengahan tahun 70-an. Dari sanalah batik jambi mulai dilegalkan kembali perkembangannya. Salah seorang ibu yang turut juga membantu perkembangan pembatik di jambi adalah ibu Asmah yang mempunyai Keterampilan batik diseberang kota Jambi.

Pada saat ini batik banyak dikenakan oleh kalangan masyarakat, salah satunya model pakaian atau fashion. Eksistensi batik semakin menunjukkan jati dirinya, tidak terkecuali di Muara Bulian. Di Muara Bulian batik semakin dilestarikan keberadaannya, hal ini diperkuat banyaknya instansi baik negeri maupun swasta yang membuat peraturan setiap hari tertentu pegawainya dianjurkan untuk berbusana batik. Melalui program tersebut, permintaan produk batik sangat diminati oleh kalangan di Muara Bulian maupun di Indonesia.

Hal tersebut diatas dapat mempengaruhi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam membeli batik. Menurut Kotler and Armstrong kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk dibagi menjadi dua pandangan yaitu yang pertama kualitas produk dari pandangan produsen ini adalah hasil dari produk yang dibuat oleh produsen dengan klasifikasi atau standar dari produsen. Dan yang kedua adalah kualitas produk dari pandangan konsumen yaitu ekspektasi konsumen pada suatu produk yang ditawarkan atau yang dihasilkan oleh produsen dan menjadi standar kualitas produk yang diinginkan konsumen. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternative perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Selain kualitas produk, Keputusan pembelian sebagai salah satu dari perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan bagaimana konsumen melihat atau memproses informasi yang didapat untuk mencapai pilihan yang ditawarkan oleh pasar.

Harga merupakan hal yang penting karna dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Semakin tinggi harga suatu produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi factor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak terlepas dari konsep kepuasan konsumen. Howard mengatakan bahwa pembelian konsumen dapat ditinjau sebagai kegiatan penyelesaian suatu masalah dan terdapat tiga macam situasi yaitu respon rutin, penyelesaian masalah terbatas, dan penyelesaian masalah ekstensif. Peningkatan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian yang sesuai diharapkan mampu menambah profit yang cukup menguntungkan bagi perusahaan dan dapat menaikkan perusahaan ke level berikutnya diharapkan dapat meningkatkan daya keputusan pembelian online konsumennya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya yang menjual produk yang sama.

Tabel 1.
Rekapitulasi jumlah penjualan Batik Jambi Maryana Muara Bulian Tahun 2020.

Bulan	Jumlah Penjualan (Lembar)	pendapatan	persentase
Januari	244 lembar	Rp. 29.280.000	14%
Februari	150 lembar	Rp. 22.500.000	9%
Maret	100 lembar	Rp. 15.000.000	6%
April	107 lembar	Rp. 16.050.000	6%

Mei	129 lembar	Rp. 19.350.000	8%
Juni	128 lembar	Rp. 19.200.000	8%
Juli	130 lembar	Rp. 19.500.000	8%
Agustus	127 lembar	Rp. 19.050.000	7%
September	131 lembar	Rp. 19.650.000	8%
Oktober	115 lembar	Rp. 17.250.000	7%
November	101 lembar	Rp. 15.150.000	6%
Desember	225 lembar	Rp. 33.750.000	13%
Jumlah	1.687 lembar	Rp. 232.230.000	100%

Berdasarkan grand tour dan hasil pengamatan yang penulis lakukan penulis terlihat bahwa selama kurun waktu 12 bulan pada tahun 2020 terjadi naik turun jumlah penjualan Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Terjadinya hal tersebut bisa disebabkan karena persaingan kualitas produk dan harga. Jika kualitas produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan itu memiliki kualitas yang stabil dan konsisten dalam memproduksi suatu barang, maka produk yang dihasilkan pun akan memberi pengaruh yaitu meningkatnya penjualan. Akan tetapi harga juga memiliki peran penting.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*”. Kualitas produk menurut Kolter dan Amstrong adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy started or implied cosomer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Dalam hal ini jika, harga tidak sebanding dengan apa yang didapat oleh konsumen maka akan berdampak juga terhadap penjualan yang akan menurun, jadi jika harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan sesuai dengan usaha yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang maka konsumen pun akan membuat keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan apa yang dibutuhkan konsumen. Oleh karena itu untuk meningkatkan jumlah penjualan Batik Jambi Maryana Muara Bulian yang akan datang, diperlukan kebijakan-kebijakan dalam menangani permasalahan tersebut yang berasal dari kualitas produk, harga sehingga mendapat keputusan pembelian pada konsumen untuk melakukan pembelian produk dalam hal ini Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Ingin meneliti apakah ada pengaruh besar yang diberikan oleh keputusan pembelian terhadap kualitas produk dan harga. dan hasil pengamatan penulis terdapat berbagai macam factor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini yang penulis anggap menjadi pendorong kemajuan dan layak untuk diteliti lebih lanjut yaitu tentang “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi Maryana Muara Bulian**”

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*”. Kualitas produk menurut Kolter dan Amstrong adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy started or implied cosomer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Konsumen maupun pelaku usaha atau produsen berhak memperoleh manfaat yang diberikan. Tidak boleh bersifat salah satu dari kedua belah pihak, sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasakan manfaat ataupun kerugian. Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil dengan perolehan hak dan kewajiban secara seimbang atau merata. Sebuah keseimbangan antara hak dan kewajiban para produsen dan konsumen dengan mengacu kepada peraturan hukum perlindungan konsumen.

Dalam islam disebutkan dalam surah Asy-syu'ra ayat 183 yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ

Artinya; Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.

Isi kandungan ayat tersebut pada dasarnya prinsip hubungan antara manusia menurut islam adalah tidak boleh menzalimi dan tidak boleh dizalimi dengan cara apapun dan dalam bidang apapun, termasuk dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen harus jelas dan detail agar tidak terjadi kezaliman atau penipuan dalam kualitas produk yang ditawarkan.

Kesimpulannya kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan serta komponen yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan serta yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap harga karena suatu penentu yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan manfaat yang diterima, maksudnya jika kualitas produk rendah dan harga tinggi maka akan berimbas kepada penjualan yang turun, jika kualitas produk tinggi dan harga cenderung rendah atau masih bisa di jangkau maka penjualan produk tersebut akan naik

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Philip Kotler, pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa.

Kesimpulan dari menurut beberapa ahli tentang pengertian harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang atau kompensasi yang harus dibayar oleh konsumen atas jasa atau barang yang digunakan.

Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan hasil dari proses memilih pilihan terbaik diantara beberapa alternative yang telah tersedia. Menurut Robbins, mengatakan pengambilan keputusan adalah penentuan sebuah pilihan dari beberapa pilihan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah atau mencapai suatu tujuan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan menentukan pilihan di antara dua alternative tertentu. Menurut Handoko, mengatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan serangkaian kegiatan yang dipilih sebagai penyelesaian suatu masalah. Secara rinci dikemukakan bahwa pengambilan keputusan merupakan penentuan serangkaian kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dapat disimpulkan bahwa keputusan suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternative. Keputusan harus menjawab sebuah pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan suatu perencanaan. Keputusan bisa pula berupa suatu tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula.

Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari penilaian konsumen terhadap keunggulan yang terdapat pada masing-masing produk yang akan dibeli. Produk yang memiliki keunggulan kompetitif akan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing.

Dalam islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam beberapa aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih ditekankan kepada sikap adil hal ini didasarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam surat Al-Imran Ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

Selain itu, didalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat Ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لِيُذَمِّنَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.

Dari terjemahan ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal kemudan hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan hipotesisnya penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk (X1) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y)
2. Apakah harga (X2) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y)
3. Apakah kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Penelitian yang Relevan

Berdasarkan telaah kepustakaan yang telah penulis lakukan, ada beberapa hasil penelitian yang relevan, penulis memfokuskan state of the art review dalam penelitian ini hanya sebatas persamaan dan perbedaan dari segi variabel, baik itu variabel eksogenus maupun endoggenusnya, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh Nelli Rizayanti pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung sebesar $2,344 > 1,9858$ karena nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan menolak H_a di tolak yang artinya kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga

berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Socollate di Pidie Jaya, dengan t hitung sebesar $4,449 > 1,9858$. Karena nilai hitung $< t$ table maka H_0 diterima dan menolak H_a ditolak. Yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socollate di Pidie Jaya dengan nilai F tabel sebesar $17,494 > 3,943$ yang artinya kualitas produk dan harga secara stimulant berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socollate di Pidie Jaya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah terdapat dua variabel yang sama yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dan perbedaannya adalah pada penelitian relevan variabel kepuasan konsumen.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan oleh Anang Ardiansyah pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Amarta Milir Jl.Ponorogo-Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Amarta Milir Jl.Ponorogo-Madiun yang artinya pada penelitian ini menolak H_0 atau menerima H_1 . Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji t . berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,745 > 1,985$, selain itu di ketahui dibawah nilai signifikansi dari x_1 terhadap Y adalah $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Pada kualitas pelayanan berengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Amarta Milir Jl.Ponorogo-Madiun yang artinya penelitian ini menolak H_0 atau menerima H_1 . pada penelitian harga dan kualitas pelayanan berengaruh terhadap keputusan pembelian yang berdasarkan uji F bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000$. Sedangkan f_{hitung} dalam tabel sebesar $23,657$ dan f_{tabel} $3,09$, sehingga $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $23,657 > 3,09$. Persamaan dengan penelitian ini adalah terdapat dua variabel yang sama yaitu harga X_1 dan keputusan pembelian X_3 . Dan perbedaannya adalah penelitian relevan variabel kualitas pelayanan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan oleh Ruth Yanti Djakaria pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Suasana Toko Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Asia Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Asia Fashion di Plaza Asia Tasikmalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis uji F , secara bersama-sama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi dan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($224,399 > 3,09$). Berdasarkan hasil analisis uji t secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi, suasana toko berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 90% , artinya kualitas pelayanan, harga, promosi, dan suasana toko yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Dan 10% yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan survei. Penelitian survei yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap suatu gejala atau pengumpulan informasi dari populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel sebagai mewakili data populasi tersebut.

Menurut Suharsimi Arikunto bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Hal ini didasarkan pada tujuan penelitian yaitu akan mencari besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang dapat dijadikan sebagai sumber data dalam artian responden dalam penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Batik Jambi Maryana Muara Bulian Tahun 2020. Untuk uji coba instrumen diambil dari sampel penelitian sebanyak 30 orang dan sisanya 70 orang akan dijadikan sampel penelitian. Dengan demikian seluruh sampel penelitian (responden) akan mengisi 3 macam instrumen dari variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian Batik Jambi Maryana Muara Bulian.

Teknik pengumpulan data yang paling dominan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik angket. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian, penulis menggunakan angket yang dirancang dari tiga variabel penelitian yaitu: kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Angket tersebut akan diberikan kepada responden guna mendapatkan jawaban dari pernyataan dan sikap dari responden. Metode angket ini digunakan penulis untuk memperoleh data tertentu tentang pengaruh dari kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini analisis data yang akan digunakan adalah:

1). Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penyajian data, ukuran sentral. Ukuran penyebaran. Penyajian data adalah daftar distribusi dan histogram. Ukuran sentral adalah mean, median, dan modus dan standar deviasi (simpangan baku) serta rentang teoritik masing-masing variabel. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari nilai maksimum, nilai minimum, mean, median, modus, dan standar deviasi. Penyajian data dilakukan dengan distribusi frekuensi yang diwujudkan dalam bentuk tabel dan grafik histogram.

2). Analisis Inferensial

Untuk melakukan analisis inferensial (uji hipotesis), pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis dan korelasi digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan maksud bahwa dari hubungan tersebut dapat diperkirakan (memprediksi) besarnya dampak kuantitatif yang terjadi dari perubahan suatu kejadian terhadap kejadian lainnya. Regresi berganda dikembangkan sebagai metode untuk mempelajari pengaruh atau efek secara langsung dan tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel tergantung. Analisis ini merupakan salah satu pilihan dalam rangka mempelajari ketergantungan sejumlah variabel didalam model.

Sesuai dengan kerangka pemikiran maka dapat membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Dua persamaan tersebut sebagai berikut:

$$Y = pYx1 X1 + pYx2 X2$$

Dimana:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Y = Keputusan Pembelian

p = Kofisien Regresi

3). Uji Prasyarat Analisis

Sebelum melakukan analisis data, akan didahului dengan uji prasyarat analisis yaitu, uji normalitas, homogenitas dan linearitas regresi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Homogenitas Data

Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Proses pengujian homogenitas data akan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0. Kriteria uji, apabila nilai r (*probability value/critical value*) lebih kecil atau sama dengan ($=$) dari tingkat α yang ditentukan, maka skor-skor pada variabel-variabel menyebar secara homogen. Dalam hal lainnya skor-skor menyebar secara berbeda.

c. Uji Linearitas Regresi

Uji linearitas regresi dilakukan dalam rangka menguji model persamaan regresi suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila garis yang terbentuk ternyata tidak linear, maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Pengujian dilakukan terhadap arah panah yang dibentuk pada model analisis jalur.

4. IV. HASIL PEMBAHASAN

a. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.884 > 1.666$) dengan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,005 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan oleh Batik Jambi Maryana, maka keputusan pembelian pada Batik Jambi Maryana juga akan semakin tinggi. Jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

b. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.765 > 1.666$) dengan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Yang berarti bahwa harga sangat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian karena jika harga dinaikkan dan kualitas produk juga di naikkan maka keputusan pembelian pada batik jambi maryana juga akan naik, dan harga menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli batik dan sesuai dengan kualitasnya.

c. Kualitas produk dan harga berkontribusi positif secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai f sebesar 51.492 dikarenakan nilai $f_{hitung} 51.492 > f_{tabel} 2.74$ dengan $sig 0,000 \leq 0,05$. Hal ini berarti variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan, analisis data dan perhitungan statistik sebagaimana yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Pada uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (2.884 > 1.666)$ dengan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,005 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dengan kata lain kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Pada uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Batik Jambi Maryana Muara Bulian. Dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (7.765 > 1.666)$ dengan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dengan kata lain harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai f sebesar 51.492 dikarenakan nilai $f_{hitung} 51.492 > f_{tabel} 2.74$ dengan $sig 0,000 \leq 0,05$. Hal ini berarti variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien determinasi dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 60,6% sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Tim Penyusun Buku Panduan Penulisan Skripsi FEBI IAI Nusantara Batanghari. Buku Pedoman Skripsi Tahun 2020. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nusantara Batanghari. 2020.
- A.A.Miftah, Ambok Pangiuk, dkk. *Pemberdayaan Ekonomi Dan Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Wirausaha*. Ahlimedia Press. cetakan pertama 2020.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Agung Tri Putranto dan Aris Qiyanto. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa Studi Kasus di Indomaret Sudirman Tangerang. Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 3, No.2, Juli 2020 (1-11) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
- Anang Ariansyah. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-madiun*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019.
- Diana. *Metode Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Budi Utama. 2018.
- Dokumentasi Toko Batik Jambi Maryam.

-
- Ekky Suti Wibisono. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud.Rizky Barokah Di Balongbendo. Surabaya: Universitas Surabaya, 2019 hal IV.
- Farid Firmansyah, Rudy Haryanto. *Manajemen Kualitas Jasa peningkatan kepuasan & loyalitas pelanggan*. Pamekasan: Duta Creative 2017
- Meithiana Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Utomo Press. 2019.
- Moh. Ririn Rosyidi, Nailul Izzah. *Monografi Pengendalian Kualitas Ikan Bandeng dengan Metode Seven Tools* Yogyakarta. Bintang Surya Madani. cetakan 1. 2020.
- S. Nasution. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Sambas Ali Mihidin dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustak Setia. 2009.
- Suhendra. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis VOL 17*. Banten: Universitas Bhuddi Dharma Indonesia. 2019.
- Sunarno Sastraatmadjo, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia. 2021.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Warnadi, Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama. 2019.