



## **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Faktor Harga terhadap Keputusan Pembelian: Sebuah Studi Kasus**

**Leonora Puspa**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus

Korespondensi penulis : [puspa\\_feb@unmus.ac.id](mailto:puspa_feb@unmus.ac.id)

**ABSTRACT** *The research aims to determine the influence of product quality on consumer purchasing decisions at the Hawaii Bakery Agen Merauke outlet. (2) To determine the influence of price on consumer purchasing decisions at the Hawaii Bakery Agen Merauke outlet. (3) The approach taken in this research uses a quantitative research approach and the population in this research is 4,757 with a research sample of 94 people. The research results show that product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is proven by the calculated t value being greater than the t table value, namely  $2.600 > 1.985$  with a significant level of  $0.011 < 0.05$  for the purchasing decision variable and a value of  $10.615 > 1.985$  for the price variable with a significant level of  $0.000 < 0.05$*

**Keywords:** *Product quality, price, service quality*

**ABSTRAK** Penelitian bertujuan Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Hawaii Bakery Agen Merauke (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Hawaii Bakery Agen Merauke. (3) Pendekatan yang di lakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 4.757 dengan sampel penelitian berjumlah 94 orang. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian . Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu  $2,600 > 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,011 < 0,05$  untuk variabel keputusan pembelian dan nilai  $10,615 > 1,985$  untuk variabel harga dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$

**Kata kunci :** Kualitas produk, harga , kualitas pelayanan

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan dalam memasarkan produknya menggunakan berbagai macam cara untuk mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian barang dan jasanya. Banyak perusahaan yang memiliki segmentasi pasar yang sama , membuat perusahaan selalu berinovasi dalam hal kualitas produk , harga yang kompetitif untuk menarik konsumen.

. Persaingan ini juga terjadi pada sektor bisnis bakery yang ada di daerah Merauke.

Kotler dan Armstrong dalam Hendra (2002) mengatakan kualitas produk adalah menunjukkan kemampuan yang membuat konsumen merasa puas ketika menggunakannya.

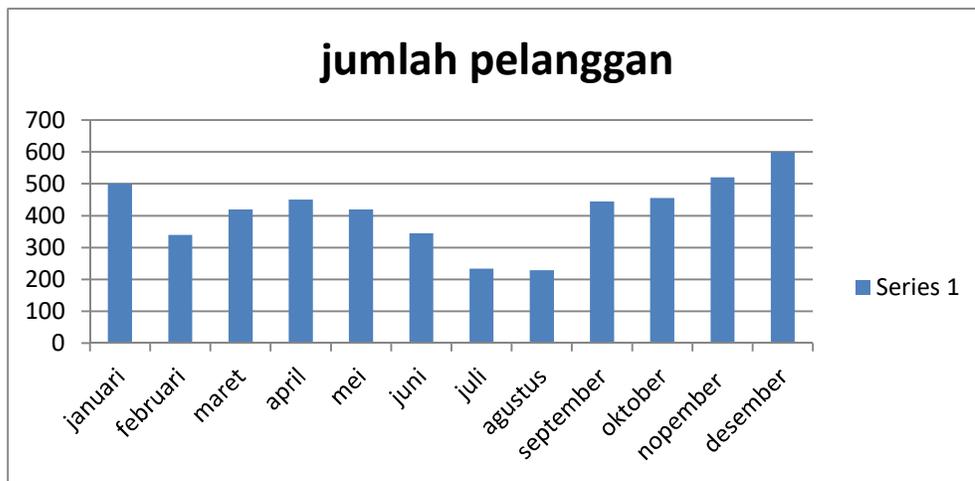
Dalam hubungannya dengan kepusan pelanggan maka kinerja produk sangat berkaitan dengan kualitas dari produk tersebut.

Setiap keputusan yang di ambil konsumen ketika memutuskan membeli sautu barang atau jasa selalu memperhatikan harga. Laba yang di peroleh perusahaan dari hasil penjualan produk di tentukan dari jumlah harga yang di tetapkan . sehingga harga menjadi salah satu indicator dalam menentukan keberhasilan suatu usaha.

Sejak dahulu harga masih menjadi faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. meskipun dalam beberapa tahun terakhir muncul faktor-faktor lain selain harga yang juga turut andil dalam mempengaruhi keputusan pembelian, namun harga masih menjadi faktor penting dalam menentukan keuntungan perusahaan dan pangsa pasar (Kotler, 2001)

Usaha makanan dan Bakery yang menjual abon gulung sudah banyak di kota Merauke, hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha-usaha bakery yang menjual produk kue abon gulung dan sejenisnya seperti Lisa Bakery dengan harga jual Rp. 80.000, Hadi Bakery dengan harga 140.000, Fiona Cakes dengan harga 90.000. Dari data tersebut menunjukkan bahwa tingkat persaingan antar perusahaan bakery yang menjual abon gulung sangatlah ketat dengan harga maupun kualitas yang kompetitif.

Hawai Bakery adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan bakery. HAWAII Bakery mempunyai produk unggulan yakni abon gulung original, tuna, keju, ayam, sosis, dan almond. Keunggulan tersendiri dari HAWAII Bakery yaitu kualitas produknya dijamin memuaskan dengan harga yang kompetitif. Didirikan sejak tahun 1983 di kota Manokwari, HAWAII Bakery merupakan usaha yang dirintis dari awal hingga berkembang dengan pesat dan memiliki banyak cabang di Papua. Usaha yang terus berkembang ini dilakukan dengan terus menjaga kualitas dan rasa yang tetap original hingga menjadi kuliner khas dari Tanah Papua yang terkenal di seluruh Indonesia dan menjadi oleh-oleh yang sering dibawa ketika berkunjung ke daerah di Papua.



**Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Hawaii Bakery Agen Merauke Tahun 2017**

**Sumber : Hawaii Bakery Agen Merauke, 2017**

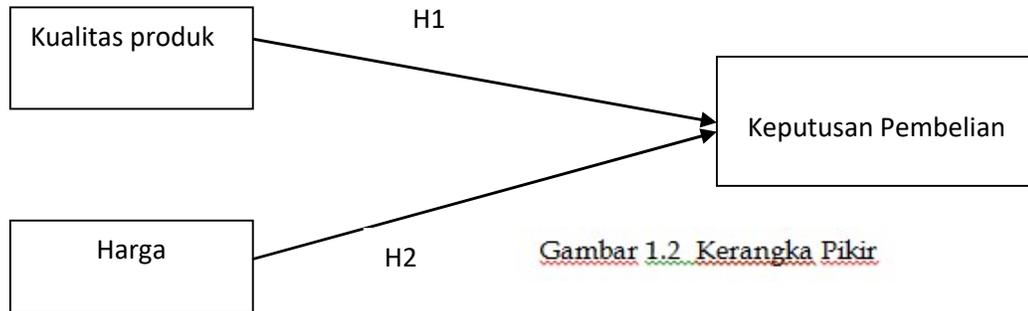
Disisi lain, Hawaii Bakery menaikkan harga produknya setiap tahun dan harga yang berbeda-beda di beberapa tempat. Hal tersebut mungkin mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Hawaii Bakery Agen Merauke (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Hawaii Bakery Agen Merauke.

### **KAJIAN LITARATUR**

Menurut Kotler (2001) definisi kualitas produk adalah produk yang digunakan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen. Harga yaitu taksiran yang dibutuhkan untuk memperoleh barang yang dibayarkan dengan sejumlah uang. (SWASTA, 2000). Ardiansyah (2013) mengatakan

keputusan pembelian yaitu tindakan yang di lakukan oleh calon pembeli untuk memutuskan membeli suatu produk.

Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Kerangka Pikir

## METODOLOGI PENELITIAN

Adapun tempat penelitian ini dilakukan pada Abon Gulung Hawaii Bakery Agen Merauke yang terletak di Bandara Mopah dan proses penelitian berlangsung mulai dari bulan januari-april 2019. Pendekatan yang di lakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 4.757 dengan sampel penelitian berjumlah 94 orang . adapun defenisi operation dari Kualitas produk merupakan suatu produk berupa barang dan jasa yang ketika di gunakan dapat memuaskan konsumen.

Harga adalah nilai dari sebuah produk yang di ukur dengan uang ketika ingin membelinya.

dengan indikator . Keputusan pembelian yaitu keputusan yang di ambil oleh konsumen dalam membeli suatu produk berdasarkanapa yang ia inginkan.

Pada penelitian ini proses pengambilan data di lkuakan dengan cara mewawancarai dan mendistribusikan kuesioner kepada responden, kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS V.20.0 yang dioperasikan dengan media computer

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji validitas

Berdasarkan tabel 1.1 (lampiran) menunjukan item tiap-tiap pertanyaan semua variabel nilai r hitung  $> r$  tabel = 0,30 . menurut sugiyono (2016) jika r hitung  $> r$  tabel = 0,30; maka pernyataan valid. Sehingga hasil dari uji validitas semua pertanyaan dari masing-masing variabel adalah valid.

### 2. Uji reabilitas

Berdasarkan tabel 1.2 (lampiran) menunjukan semua variabel memperoleh nilai *crombach Alpha*  $\geq 0,60$ . Nilai tersebut menunjukan hasil uji reabilitas dari semua variabel adalah realibel.

### 3. Uji regresion

Dari Tabel 1.3 kolom *Unstandardized Coefficients* menunjukan variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 1.890 + 0,197 X_1 + 1.240 X_2.$$

### 4. Uji determinasi

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, menunjukan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,782 yang berarti besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk

hawai bakery sebesar 72,8 % sedangkan sisanya 27,2 di jelaskan dalam variabel lain yang di jelaskan pada penelitian saat ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Hipotesis 1**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan secara parsial kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indicator yang terkuat yaitu *performance* di mana berdasarkan wawancara kepada responden menunjukkan produk hawai bakery mempunyai keunggulan dalam rasa yang enak dan desain kemasan yang menarik sehingga menarik bagi konsumen. hasil tersebut didukung dengan teori Kotler (2001) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah produk yang baik dan memuaskan konsumen yang memakainya dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Dan sejalan dengan penelitian martini tina (2015) di mana hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor matic merek honda

### **Hipotesis 2**

Dari hasil uji t menunjukkan harga secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indicator yang terkuat yaitu kesesuaian harga dan manfaat di mana berdasarkan wawancara kepada responden menunjukkan harga yang di jual produk hawai bakery cenderung mahal namun harga yang mahal sebanding dengan rasa yang enak dan sangat original di bandingkan produk lain yang sejenis. Hasil tersebut menunjukkan penelitian ini di dukung dengan teori Tjiptono dalam weenas (2013) yaitu Harga merupakan faktor utama dalam mempengaruhi seseorang untuk membeli akan suatu produk barang dan jasa. Dan sejalan dengan penelitian weenas (2013) di mana hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian spring bed comfort

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Hasil penelitian menunjukkan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian .

## **Daftar pustaka**

- Ardiansyah. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Air Minum Dalam Kemasan Galon Aqua Di Kota Padang”. jurnal ilmu manajemen vol. 2 no. 1.
- Angipora, Hendra. 2002, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang”, Journal of Management, Vol. 2, No. 3.
- Basu, Swastha, 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Artikel Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Martini Tina, (2015). “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic”. Jurnal Penelitian, Vol. 9, No. 1, Februari 2015. Hal 119.
- Weenas J.R.2013 pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian spring bed comforta.EMBA, 607-618.

**Lampiran**

**Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	1	0,777	0,30	Valid
	2	0,667	0,30	Valid
	3	0,715	0,30	Valid
	4	0,729	0,30	Valid
	5	0,758	0,30	Valid
	6	0,868	0,30	Valid
Harga (X2)	1	0,879	0,30	Valid
	2	0,568	0,30	Valid
	3	0,652	0,30	Valid
	4	0,879	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,811	0,30	Valid
	2	0,838	0,30	Valid
	3	0,715	0,30	Valid

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.890	1.206		1.568	.121
	PELATIHAN	.197	.076	.188	2.600	.011
	PENGALAMAN	1.240	.117	.766	10.615	.000

a. Dependent Variable: KINERJA

**Tabel 1.2 Uji Reliabilitas**

Variabel	Combach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,903	Realibel
Harga (X2)	0,886	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,933	Realibel

**Model Summary**

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 <sup>a</sup>	.782	.773	2.746

a. Predictors: (Constant), PENGALAMAN, PELATIHAN