



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 2219-2226

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai Batam

Cholin Mutiara¹, Winda Evyanto²

¹ Fakultas Sosial dan Humaniora, Prodi Manajemen, Universitas Putera Batam

* Corresponding author: e-mail: winda@gmail.com

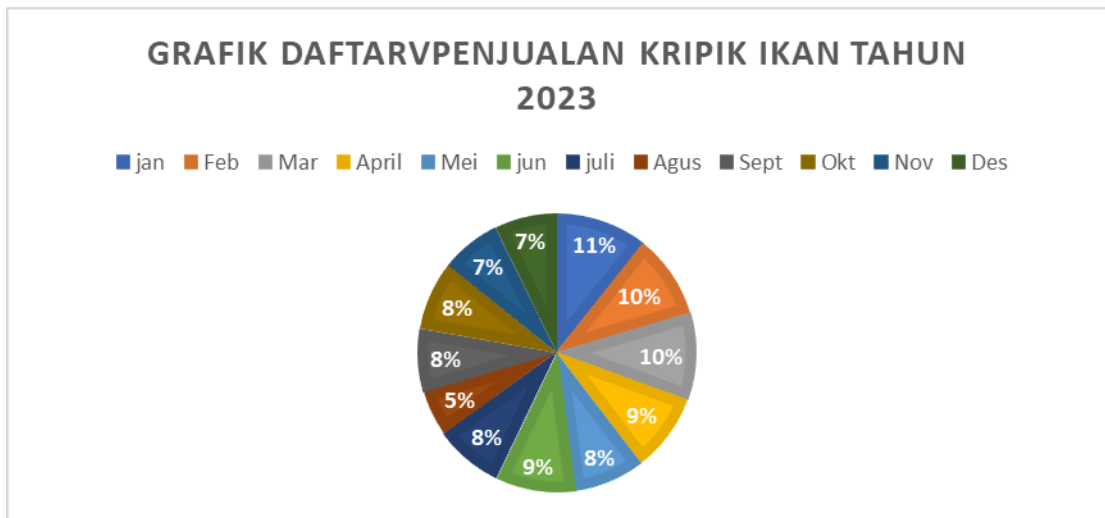
INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Juni 2024 Disetujui Juni 2024 Diterbitkan Juli 2024</p>	<p>Penelitian ini merupakan studi tentang pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian kripik ikan di Kelurahan Sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Harga dan kualitas produk, sedangkan variabel independennya adalah keputusan pembelian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penelitian. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 141 responden dan kausalitas kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian. Hipotesis tersebut dibuktikan dengan analisis regresi berganda. Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap yaitu. Langkah pertama adalah membiasakan diri dengan teori-teori dan mengumpulkan informasi tentang topik yang dipilih dan dipelajari. Langkah kedua adalah mengumpulkan informasi dasar melalui survei. Langkah ketiga adalah menguji kegunaan data melalui uji validitas dan reliabilitas. Langkah keempat, pengujian hipotesis eksploratif dengan regresi berganda untuk menguji hipotesis secara parsial dan simultan. Pada langkah kelima mengisyaratkan apakah variabel independen terhadap variabel dependen dapat saling memperkuat pengaruhnya atau saling terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan yang besar terhadap keputusan pembelian kripik ikan di Kelurahan Sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam sekaligus variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan sangat positif terhadap keputusan pembelian kripik ikan di Kelurahan Sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam.</p>
	<i>ABSTRACT</i>
<p>Keywords: Price, Product Quality, Buying Decision</p>	<p><i>This research is a study of the influence of price and product quality on purchasing decisions for fish chips in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City. In this research the independent variables are price and product quality, while the independent variable is purchasing decisions. The data used in</i></p>

this research is primary data obtained from research. Researchers distributed questionnaires to 141 respondents and quantitative causality was used as the research method. This hypothesis is proven by multiple regression analysis. The research was carried out in several stages, namely. The first step is to familiarize yourself with the theories and gather information about the chosen and studied topic. The second step is to collect basic information through a survey. The third step is to test the usefulness of the data through validity and reliability tests. The fourth step, exploratory hypothesis testing with multiple regression to test the hypothesis partially and simultaneously. The fifth step indicates whether the independent variables on the dependent variable can strengthen each other's influence or are related to each other. The results of this research show that partially the price and quality of the product have a large positive and significant influence on the decision to purchase fish chips in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City. At the same time, the price and product quality variables together have a significant and very positive influence on the decision to purchase chips. fish in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City.

PENDAHULUAN

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri, sehingga organisasi dibutuhkan untuk memenuhi tuntutan ini. Era globalisasi telah mengubah lanskap bisnis dengan pesat, meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam memenangkan pasar, dimana perusahaan harus memahami dan menangkap kebutuhan serta keinginan konsumen. Salah satu aspek penting dalam hal ini adalah memahami perilaku konsumen dalam proses pembelian produk, yang menjadi kunci untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keripik Ikan, sebagai contoh usaha di Kelurahan Sungai Langkai, Batam, menghadapi persaingan yang ketat di pasar lokal. Meskipun telah memiliki beragam varian rasa dan lokasi strategis, persaingan dari usaha-usaha sejenis telah mengakibatkan fluktuasi dalam volume penjualan. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti harga dan kualitas produk. Menu rasa yang bervariasi dengan kualitas dan rasa yang baik serta tampilan yang unik, sesuai dengan harga yang di tawarkan kepada konsumen. Harga yang di tawarkan relatif terjangkau dan bersaing dengan usaha keripik lainnya, di mulai dengan harga Rp 10,000 sampai dengan Rp 20,000/bungkus. Strategi ini dilakukan oleh pihak Keripik Ikan agar produknya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

Harga dan kualitas produk, merupakan bagian bauran pemasaran . Meskipun Keripik Ikan cukup banyak di minati oleh konsumen, namun persaingan yang ketat di daerah tersebut memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan tersebut mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume penjualan dan jumlah konsumen. Penjualan Keripik Ikan tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun terhadap volume penjualan dan jumlah konsumen setiap bulannya, hal tersebut dapat di lihat pada data penjualan sebagai berikut:



Gambar 1 Daftar Penjualan Kripik Ikan Tahun 2024

Dari data penjualan pada tabel 1, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi penjualan dari bulan jan 2023 sampai dengan Des 2023 dimana penjualan terendah terjadi pada bulan Agus 2023 dan tertinggi pada bulan januari 2023. Penjualan terendah pada bulan Agus 2023 terjadi karena bertepatan pada bulan itu ada pesaing baru yang mengakibatkan minimnya pembelian yang terjadi sedangkan penjualan tertinggi dibulan januari terjadi karena adanya promo diawal tahun. Hal ini mungkin dapat di atasi apabila pihak Kripik Ikan mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memperbaikinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan keefektifan harga dan kualitas produk, serta mempertahankan kepuasan konsumen. Pendekatan ini mencoba untuk merangkum inti dari latar belakang yang telah Anda berikan, dengan fokus pada perkembangan bisnis, persaingan di pasar lokal, dan pentingnya memahami perilaku konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Ikan Kelurahan Sungai Langkai

KAJIAN LITERATUR

Dalam kehidupan sekarang ini, setiap pembeli selalu membeli sesuai keinginannya mereka butuhkan, mulai dari sembako hingga produk rumah tangga lainnya. (Basu, Swasta dan Irawan. 2018) menjelaskan indikasi putusan Pembelian adalah pendekatan pemecahan masalah dalam bentuk karakteristik pasca pembelian pembelian yang dialami pelanggan, menggali informasi spesifik tentang masalah, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian. Sementara itu (Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2019) Keputusan pembelian adalah upaya bersama untuk menggabungkan informasi untuk memprediksi tindakan dalam pemilihan barang. (Ansah, 2019: 181). Menurut (Buchari, Alma. 2017) keputusan pembelian lebih banyak ditentukan oleh persepsi konsumen tentang kualitas produk, uang dan usaha, dan mempertimbangkan minat orang lain, dan juga mempertimbangkan kemampuan dan kesulitan yang dihadapi konsumen. Menurut (Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2019) Keputusan pembelian adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan akuisisi, konsumsi, dan pembuangan produk dan jasa yang termasuk dalam proses pengambilan keputusan untuk memberikan tindakan ini secara proaktif.

Menurut (Kotler, 2018,46) menyatakan bahwa : “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa , atau jumlah dan nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut” Menurut (Tjiptono, Fandy. 2018) mengatakan bahwa : “Harga adalah jumlah uang untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya penetapan harga pada 17 sarnya dikelompokkan menjadi da golongan, yaitu berdasarkan perhitungan dan berdasarkan faktor persaingan di pasar”. Dari definisi-definisi harga diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan sejumlah uang yang diberikan oleh produsen pada konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan oleh konsumen.

Menurut (Kaharu & Budiarti, 2016 : 4) mendefinisikan kualitas adalah “secara umum mutu atau kualitas adalah sebagai jumlah dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana didiskripsikan dalam produk yang bersangkutan sehingga dengan demikian termasuk didalam kualitas ini adalah daya tahan dari produk, kenyamanan pemakai, daya guna dan lain sebagainya”. Berdasarkan pendapat tersebut, maka yang diartikan kualitas dalam hal ini dibatasi pada pengertian kualitas suatu produk saja maka produk tersebut mempunyai sifat-sifat yang paling berhubungan yang dikatakan dengan mutu, sedang sifat-sifat tersebut meliputi: kekuatan, dimensi, tata warna, ukuran dan bentuk.

METODE

Menurut Sugiyono, 2018 Desain atau konfigurasi pemeriksaan adalah cetakan untuk spesialis. Oleh karena itu, rencana ini harus disiapkan jauh-jauh hari sebelum para analis melakukan eksplorasi. Pada umumnya, rencana penelitian diletakkan pada awal bagian atau materi pada "strategi penelitian", dalam keinginan untuk memberikan pedoman atau bantalan yang tepat kepada spesialis tentang latihan yang harus dilakukan, kapan melakukannya, dan bagaimana melakukannya. . Diidentifikasi dengan itu, penjelasan yang terkandung dalam konfigurasi pengujian biasanya menggambarkan secara singkat strategi eksplorasi yang digunakan. Misalnya, garis besar hubungan antara faktor dan ukuran populasi dan tes. Berikutnya adalah metode pemeriksaan yang dipilih, cara mengumpulkan informasi, perangkat investigasi informasi yang digunakan dan lain-lain. Melalui klarifikasi singkat ini, pada akhirnya ilmuwan dapat mengatur bahwa pemeriksaan yang akan dilakukan mencakup rencana eksplorasi yang mencerahkan, ilustratif, atau lainnya.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan untuk mengukur apakah sah atau valid tidaknya sebuah kuisisioner. Dari hasil uji validitas dapat diperoleh seluruh pernyataan dari setiap variabel baik itu variabel (X1) variabel Harga, X2 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid karena nilaiR hitunga lebih besar dari r tabel yaitu semua r hutung lebih besar dari 0.197

Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini, artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali – kali hasilnya tetap. Uji reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha cronbach*. Reliabilitas yaitu untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya, artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali – kali hasilnya tetap. Apabila nilai koefisien Cronbach’s Alpha > 0,6 maka instrument penelitian reliable. Kriteria indeks koefisien reliabilitas (Wibowo, 2012:53) adalah pada tabel berikut.

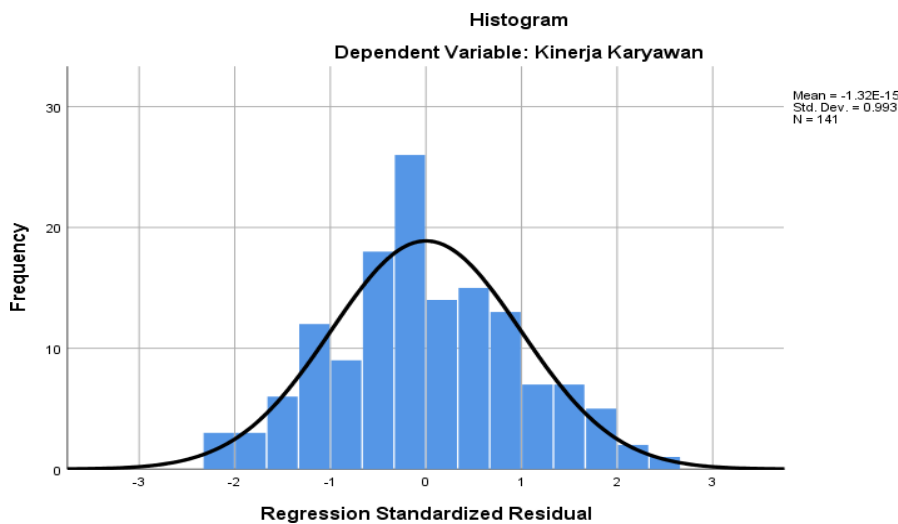
Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	Kriteria
1	Harga (X1)	0,698	Reliabel	Tinggi
2	Kualitas Produk (X2)	0,775	Reliabe	Tinggi
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,787	Reliabe	Tinggi

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25, 2024

Uji Normalitas

Sebelum hipotesis ditentukan, dilakukan uji normalitas data. Jika data terdistribusi normal maka uji hipotesis menggunakan statistik parametris dan jika tidak normal maka menggunakan statistik non parametrik. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2 Grafik Histogram

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel grafik di atas yang berbentuk lonceng terbalik yang memenuhi garis lonceng yang dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal

Uji Multikolieritas

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	7.098	2.000		3.549	.001		
	Harga	.360	.135	.225	2.671	.008	.778	1.286
	Kualitas Produk	.362	.091	.336	3.981	.000	.778	1.286

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah Data dengan SPSS 25, 2024

Pada tabel 2 hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* semua variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 10% atau 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil pengujian

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.076	.150		.508	.612
	Harga	.016	.040	.038	.391	.696
	Kualitas Produk	-.002	.030	-.006	-.067	.947

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah Data dengan SPSS 25, 2024

Hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan masing-masing variabel lebih besar dari 5%, sehingga dapat dipastikan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heterokedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji t (Parsial)

Uji t di butuhkan untuk menguji signifikan pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial. Untuk kriterial dalam penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.098	2.000		3.549	.001
	Harga	.360	.135	.225	2.671	.008
	Kualitas Produk	.362	.091	.336	3.981	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah Data dengan SPSS 25, 2024

Nilai $df=141-2-1=138$, maka di ketahui t tabel dalam uji u arah diperoleh sebsar 1.655. Hasil yang dikemukakan diatas menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai.

Hasil Uji f (Simultan)

Untuk melihat pengaruh variabel Harga dan kualitas produk secara simultan dapat dihitung dengan memakai uji f. Berdasarkan pengalahan spss 25, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5 hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223.642	2	111.821	21.221	.000 ^b
	Residual	727.180	138	5.269		
	Total	950.823	140			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Hasil olah Data dengan SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil diatas dengan menggunakan uji ANOVA pada tabel 5 dengan memakai SPSS 25, 2020 dengan penjelasan kedua variabel independen (Harga dan kualitas Produk) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Dengan itu dapat dibuktikan dari nilai Fhitung sebesar 21.221 dan Ftabel 3.06 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Harga dan lingkungan kerja secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai secara simultan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dari bab-bab sebelumnya serta dengan hasil beberapa uji dengan memakai SPSS 25, peneliti memberikan poin-poin kesimpulan yang telah ditemukan dalam penelitian ini yaitu antara lain: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai. Harga dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai.

REFERENSI

- Amstrong dan Kotler. 2015. Manajemen Pemasaran. Prehalindo: Jakarta.
- Angipora, Marinus, 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. 2002. Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2018. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta
- Buchari, Alma. 2017. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV. Alfabeta : Bandung
- Ghozali, Imam. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermann, et, al. 2007, "The social influence of brand community: evidence from European car clubs", Journal of Marketing, Vol. 69, p 19 - 34.
- Jefkins, Frank. 2003. Public Relations. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2019. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 d 12. PT Indeks: Jakarta
- Muhammad, As'adi. 2019. Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif. Gara ilmu : Yogyakarta
- Nickels, William G. 2018. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty Offset: Yogyakarta

- Saladin, Djaslim. 2017. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian. Edisi Revisi. CV. Linda Karya: Bandung
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2017. Strategi Pemasaran Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2018. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI