

PENGARUH KUALITAS PRODUK & HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI PADA KONSUMEN DODOL SALAK PRODUKSI DESA PANGU)

Nela Favianury Kapahang
Johny. R.E.Tampi
Joula. J. Rogahang

Abstract :This study is based on that first (horticultural) product such as fruits can be processed into products dodol salak. Quality Product and price influence on purchasing decision. As for the formulation of the problem in this study is whether there is influence in quality product price and purchasing decisions. The Purpose of this study was to analyze the effect of induced quality product and purchasing decisions

This Study use descriptive Quantitative approach Correlation and Regression Analysis. These samples included 50 respondents from the consumer population dodol salak In Pangu Village. Results of the study found that the regression equation is formed $Y= 8,875 + 0,115 X1 + 0,651 X2$. The Results showed that the quality of products has a great influence on purchasing sdecisions

The Results of research and discussion of the variabel quality product and price has significcan simultaneous influence on purchasing decision dodol salak

Keywords: *Quality Product, Price, & Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Hortikultura merupakan cabang dari agronomi. Holtikultura memfokuskan pada budidaya tanaman buah.

Holtikultura dapat berupa buah salak Salak merupakan sejenis palma dengan buah yang biasa dimakan. Salak juga dikenal dengan salak atau sallaca atau snake fruit.

Dari Olahan salak kemudian diolah menjadi dodol salak.

Kabupaten Minahasa Tenggara sendiri dikenal tentang produk dodol salak karena dodol salak sangat enak dimakan

Kotler (2001) Mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Masalah Mengenai Kualitas Produk & harga dodol salak sangat mempengaruhi keputusan Membeli

LANDASAN TEORI

(1). Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler (2005: 49), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.

Sedangkan Menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Pengertian kualitas sangat beraneka ragam. Menurut Boetsh dan Denis yang dikutip oleh Fandy Tjiptono : Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa,manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat diatas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas yang diberikan yang berhubungan dengan produk barang beserta faktor pendukungnya memenuhi harapan penggunaanya. Dapat diartikan bahwa semakin memenuhi harapan konsumen, produk tersebut semakin berkualitas.

Dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya.

Menurut Stevenson dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut :

(1).Performance, (2) Aesthetics, (3). Special Features (4). Conformance, (5). Reliability, (6). Durability, (7). Perceived Quality, (8). Service ability

Tingkatan Produk:

(1). Produk Inti, (2). Produk aktual, (3). Produk Tambahan

Klasifikasi Produk :

(1). Barang tidak tahan lama, (2). Barang tidak tahan lama

Pengertian Harga

Harga Merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen

Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal.

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008:345).

Menurut Basu Swastha (2005:185) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Tjiptono (2005), Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.

Menurut Swastha (1999:147) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Selain itu Harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu

Harga Memiliki 2 peranan utama yaitu:

(1). Peranan Alokasi dari harga, 2.Peranan Informasi dari harga

Tujuan Penetapan Harga

Menurut Tjiptono (2000) terdapat 4 Macam tujuan penetapan harga yaitu:

(1).Tujuan yang berorientasi pada laba; (2).Tujuan yang berorientasi pada volume, (3). Tujuan yang berorientasi pada citra, (4). Tujuan Stabilisasi harga

Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga terdapat 2 yaitu:

(1).Faktor Internal;

Adapun yang termasuk dalam faktor lingkungan internal yaitu;

Tujuan Pemasaran Perusahaan, Strategi Bauran Pemasaran, Biaya, dan Organisasi

2. Faktor Eksternal

Yang termasuk dalam faktor lingkungan eksternal yaitu:

Sifat Pasar dan Pemasaran, dan Persaingan

Peran Penting Harga dalam Proses Pertukaran

a.Uang

b.Waktu

c.Aktifitas Kognitif

d.Upaya Prilaku

Pengertian Keputusan Membeli

Keputusan Pembelian Konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk.

Menurut Sofjan Assauri (2004:141) Keputusan membeli merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya

Menurut Philip Kotler (2000:251-252) yang dimaksud dengan keputusan membeli adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan membeli, dan perilaku membeli

Adanya kecenderungan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek

perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan pembeliannya.

5 Peranan dalam Keputusan Membeli (Menurut Kotler 2000 : dalam Tjiptono : 2008) yaitu sebagai berikut:

- 1.Pemrakarsa (Initiator)
- 2.Pemberi Pengaruh (Influencer)
- 3.Pengambil Keputusan (Decider)
- 4.Pembeli (Buyer)
- 5.Pemakai (User)

Tahap – Tahap Proses Keputusan Membeli adalah sebagai berikut:

- (1). Keputusan Membeli , (2). Perilaku Pasca Pembelian

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Analisa Korelasi Sederhana dan Regresi Linear Berganda untuk mengukur hubungan antar variabel

Lokasi dan Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Pangu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara . Focus penelitian merupakan pokok permasalahan yang menjadi tujuan penelitian yaitu pada kualitas produk & harga terhadap keputusan membeli dodol salak

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini:

- a.Kualitas Produk (X1)
- b.Harga (X2)
- c.Keputusan pembelian (Y)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pegumpulan data ini dikumpulkan untuk data primer dan sekunder yaitu Melalui Kuesioner & Observasi

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan yaitu tehnik Pendekatan Analisa Korelasi Regresi Berganda dengan menggunakan bantuan komputer melalui Program SPSS Versi 22,0

HASIL PEMBAHASAN

Penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian Regresi yaitu dapat dilihat hasil yaitu: $Y = 8,875 + 0,155 X_1 + 0,651 X_2$

Berdasarkan hasil pencarian pengaruh secara simultan dan parsial dari kualitas produk

dan harga terhadap keputusan pembelian. Pembahasan dalam penelitian ini didasarkan dengan melihat hasil pengujian hipotesis dari uji t dan uji F yang dianalisis menggunakan model regresi linier berganda karena hasil pengujian hipotesis dari uji F dan uji t dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, maka hasilnya sebagai berikut :

Pengaruh secara simultan antara Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Dodol Salak.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa mayoritas responden yang memiliki usia antara 15 - 30 tahun dan 31-40 tahun dimana usia tersebut merupakan usia produktif dimana Mereka sangat tertarik mengkonsumsi dodol salak.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat diketahui nilai koefisien dari hasil uji F juga diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Dodol Salak.

Hal ini berarti kualitas produk dan harga dari Dodol Salak memiliki kualitas produk yang mampu menarik perhatian dan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Secara Parsial Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Dodol Salak

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang positif secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan Variabel Harga (X2) memiliki pengaruh yang negatif secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel yang memiliki kontribusi terbesar adalah kualitas produk. Berikut adalah penjelasan antar variabel :

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dodol Salak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel kualitas produk (X1) mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 1,099 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa variabel Kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial

terhadap keputusan pembelian (Y) Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih dominan daripada variabel harga. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas produk yang dimiliki oleh Dodol Salak baik dan mampu mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dodol Salak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel harga (X2) mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 4,426 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak, hal ini berarti bahwa variabel Harga (X2) memiliki pengaruh negatif secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mahal harga yang ditetapkan oleh Dodol Salak maka semakin kecil terjadi keputusan pembelian dan sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 4,426. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan dari harga produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil data diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1.Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Dodol Salak di Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur.
- 2.Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Dodol Salak di Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur.
- 3.Secara simultan atau bersama-sama Kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Dodol Salak di Pangu Satu Kecamatan Ratahan Timur.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan serta simpulan di atas, adapun saran yang diberikan adalah :

- 1.Pada distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas produk, terdapat item

pernyataan yang memiliki mean terkecil yaitu pernyataan ke 2 yang menyatakan Kemasan Dodol Salak Cukup Bersih. Karena itu disarankan bagi perusahaan untuk menjaga kebersihan.

- 2.Pada distribusi jawaban responden untuk variabel harga, terdapat item pernyataan yang memiliki mean terkecil yaitu pernyataan ke 13 yang menyatakan harga Dodol Salak dapat dijangkau oleh konsumen. Karena itu disarankan bagi perusahaan untuk mensosialisasikan harga yang ditetapkan oleh UD. Mandiri karena dengan harga yang sedikit lebih mahal konsumen akan mendapatkan kualitas yang lebih baik.

- 3.Pada distribusi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian, terdapat item pernyataan yang memiliki mean terkecil yaitu pernyataan ke 26 responden memilih adanya kepuasan setelah mengkonsumsi dodol salak.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Herry Buchory dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran* Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. :Indeks
- Gasperz, Vincent 2011, *Total Quality Management*. PT. Gramedia Pustaka Umum Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Mc Carthy dan Perrefault, 2003. *Dasar- Dasar Pemasaran* .Alih Bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* . Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih bahasa Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* . Jilid II. Edisi Kesebelas.
- Pratiknya Ahmad W,2007,“*Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*”, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Swastha, Basudan Irawan. 2005, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

(Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab)
Bandung : Penerbit Linda Karya

Satuhur, Suyanti dan Sunarmani. 2004. *Membuat Aneka Dodol Buah Salak Penebar Swadaya, Jakarta*.