

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada *Home Industry* Rengginang Renggol Desa Olean Situbondo

Indah Yuliana¹, Aunur Rofiq², Amirotil Ummah³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

indahoty@manajemen.uin-malang.ac.id, aunur@uin-malang.ac.id

amirotilu@gmail.com

ABSTRACT

*In business development, every business actor must pay attention to the products to be marketed, especially in terms of product quality. It should be noted that improvements in product quality and prices are very important, because they can satisfy consumers with the products they buy. And will influence consumers to buy again and again. This study aims to determine the correlation of product quality and price on consumer purchasing decisions in the Home industry, Rengginang Renggol, Olean Situbondo Village. This study uses a quantitative survey approach or Ex post facto which intends to determine the effect of product quality and price on consumer purchasing decisions. In the course of collecting data, researchers used the method of observation and questionnaires (questionnaire). While the analysis technique uses correlative analysis (causal/cause-effect), which is a relationship or influence that states a cause-and-effect relationship between two or more variables. In this study, the research population refers to the Home industry customers of Rengginang Renggol, totaling 265 customers. The sample taken was 15%, namely 40 respondents using random sampling technique. The data analysis technique used to answer the research hypothesis is statistical analysis with SPSS.16 analysis, **Somer's D** with Ordinal data type.) evidenced from $0.820 > 0.05$. There is an effect of the price variable (X2) as evidenced from $0.000 < 0.05$ with a value of 0.840.*

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Purchase Decision

ABSTRAK

Dalam perkembangan usaha setiap pelaku usaha pasti memperhatikan produk yang akan di pasarkan terutama dalam masalah kualitas produk. Perlu diketahui bahwa peningkatan dalam kualitas produk dan harga sangatlah penting, karena dapat memuaskan konsumen terhadap produk yang di beli. Dan akan mempengaruhi konsumen untuk membeli berulang-ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *Home industri* rengginang Renggol Desa Olean Situbondo. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan survei atau *Ex post facto* yang bermaksud mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam perjalanan mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode observasi dan kuesioner (angket). Sedangkan teknik analisis menggunakan analisis korelatif (causal/sebab-akibat), yang bersifat hubungan atau pengaruh yang menyatakan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini populasi penelitian mengacu pada pelanggan *Home industri* rengginang Renggol yang berjumlah 265 pelanggan. Sampel yang diambil sebanyak 15% yaitu 40 responden dengan menggunakan teknik sampel *random sampling*. Teknis analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah analisis statistik dengan analisis SPSS.16, **Somer's D** dengan jenis data Ordinal. Berdasarkan

penelitian, diperoleh hasil uji perhitungan program *IBM SPSS SPSS.16* menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pada variabel kualitas produk (X_1) dibuktikan dari $0,820 > 0,05$. Ada pengaruh variabel harga (X_2) dibuktikan dari $0,000 < 0,05$ dengan nilai value 0,840.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Konsumen

PENDAHULUAN

Tingkat persaingan dalam dunia usaha sangat tajam, sehingga banyak perusahaan saling berkompetisi agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggandengan memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan. Namun, banyak sekali di kalangan masyarakat yang kesulitan untuk memilih jenis usaha karena menjanjikan suatu hal yang akan digeluti. Oleh karena itu, para wirausahawan kesulitan untuk memunculkan ide untuk membangun usaha dalam menghadapi semua rintangan (Kasmir,2013).

Maraknya produk rumah tangga (*home industri*) pada saat ini akan mempermudah bagi para wirausahawan untuk melakukan bisnis dan menjadi pendorong perekonomian sehingga banyak usaha kecil menengah yang muncul dikalangan sekarang. Berbagai macam Usaha Kecil Menengah (UKM) seperti halnya di bidang kuliner, di bidang *fashion*, di bidang pendidikan, di bidang otomotif, di bidang agribisnis bahkan di bidang teknologi internet. Berangkat dari fakta tersebut, pada dasarnya setiap usahawan memiliki usaha untuk meraih keuntungan, walaupun berhasil atau tidaknya produk dan jasa yang dijual tergantung pada pemasarannya.

Home industri rengginang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang usaha ritel makanan yang tergolong makanan tradisonal jenis usaha retail sembako ini tidak membutuhkan modal yang besar untuk menjalankan usaha ini, namun bernilai ekonomis dan menguntungkan, sehingga berdampak pada keuntungan yang sangat tinggi salah satunya adalah Industri Rumah Tangga Rengginang. Ini adalah bisnis yang sangat besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat kita. Rengginang adalah masakan khas Madura, sejenis krupuk kental yang terbuat dari beras ketan yang telah di jemur lalu di goreng.

Setiap pelaku usaha dalam perkembangannya pasti memperhatikan produk yang akan di pasarkan terutama dalam masalah kualitas produk, seperti home industri rengginang Renggol ini yang bergerak di bidang *kuliner* yang terletak di Desa Olean Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo Provinsi Jawa Timur. Dimana dalam *home industri* tersebut tersedia aneka rasa rengginang yang banyak diminati para pelanggan.

Home industri ini dimungkinkan menggunakan beberapa strategi agar pelanggan (konsumen) menjadi tertarik dan memutuskan untuk membeli barangnya. *Home industri* tersebut menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran yang di desain untuk mencapai tujuan perusahaan, dan *home industri* tersebut tentunya sudah memahami tentang perilaku konsumen untuk memenuhi permintaan yang berbeda-beda dari konsumen. Karena, dari sekian banyak konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda.

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan konsumen serta memiliki ukuran yang global (Darmadi Duriyanto, 2004). Produk yang memiliki kualitas baik tidak hanya memberikan kepuasan kepadapelanggan, akan tetapi juga memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan. Suatu perusahaan harus Perhatian terhadap kualitas produk agar bisa bertahan dan bersaing di pasar, bahkan nantinya akan menjadikan perusahaan semakin berkembang luas. Pentingnya suatu kualitas produk bias dilihat dari dua kondisi. Yang pertama dapat dilihat dari sudut pandang pengelolanya, karena kualitas adalah hal yang paling penting untuk meningkatkan daya saing antar produk. Adapun yang kedua bisa di lihat dari sudut pandang marketing manajemen, memiliki kualitas yang merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran serta juga dapat meningkatkan penjualan semakin luas dan pangsa pasar (Nasution,2004).

Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi, oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai berbagai strategi dalam memasarkan produknya, agar perusahaan tersebut tetap bisa mempertahankan pelanggannya. Jika suatu pelanggan merasa puas, maka secara otomatis pelanggan akan kecanduan untuk membeli lagi. Bahkan, pelanggan juga akan menceritakan kepada yang lainnya, kalau perusahaan inilah yang terbaik. Konsumen yang melakukan pembelian secara berulang-ulang pada produk di satu perusahaan dapat diartikan bahwa konsumen ini mempunyai loyalitas terhadap merek atau suatu perusahaan. Kualitas perusahaan yang baik dengan sendirinya akan mempunyai hubungan yang baik dengan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Perilaku konsumen merupakan beberapa kegiatan individu yang terlibat secara langsung dalam memperoleh dan memakai barang atau jasa termasuk proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan beberapa kegiatan tersebut (Ujang Sumarwan, 2014). Jadi, perilaku konsumen dengan keputusan pembelian dimungkinkan mempunyai hubungan yang signifikan, sehingga ada proses timbal balik yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih suatu barang.

Konsumen sangat selektif didalam menentukan keputusan, apakah mereka akan melakukan suatu pembelian, dengan mempertimbangkan kebutuhan, kualitas produk, dan perbandingan harga sebelum mereka memutuskan untuk membeli. Kualitas produk yang sudah lumrah di kalangan konsumen merupakan hal yang perlu menjadi perhatian utama dari perusahaan atau produsen, kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu. Begitu juga dengan harga yang berperan sebagai salah satu penentu dalam pilihan pembeli, semakin murah harganya maka semakin banyak peminatnya. Jadi, kualitas produk dan harga dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hal inilah yang mendasari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Home Industri Rengginang Renggol Desa Olean Situbondo)”**.

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk melakukan fungsi dari produk tersebut, yang meliputi: daya tahan kemampuan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikannya, serta hal bernilai lainnya. Kualitas juga merupakan alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan (Sofjan Assauri, 2015).

Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan, dan merupakan salah satu identifier penting untuk memasarkan suatu produk, karena harga merupakan satu dari empat bauran pemasaran/marketing mix (produk, harga, distribusi dan promosi). Harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang digunakan sebagai tolak ukur kepada konsumen untuk manfaat yang didapatkan atas produk atau jasa (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2011). Suatu produk akan lebih diterima oleh konsumen jika harga produk tersebut mampu dibeli oleh konsumen (Ahmad Fawaid, 2019).

Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang mana konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk (Kotler Philip, 2005). Pada setiap pembelian, tercipta karena adanya keperluan, wants (keinginan) atau campuran keduanya.

Rengginang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Rengginang adalah makanan yang terbuat dari beras ketan putih yang di masak dan dilumatkan dengan terasi, ikan dan campuran lainnya, setelah itu di jemur biasanya dibentuk pola bulat pipih, setelah kering kemudian di goreng dalam jumlah banyak.

Hubungan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian ialah tahapan dalam proses pengambilan keputusan, dimana konsumen memilih dari berbagai alternatif pilihan terhadap produk yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan (Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, 2016). Ketika konsumen menganggap produk itu dibutuhkan maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk. Kunci keberhasilan dalam strategi pemasaran adalah harga yang mempengaruhi kinerja keuangan dan mempengaruhi persepsi pembeli dalam penentuan suatu produk. Oleh sebab itu, harga menjadi suatu ukuran tentang kualitas produk dalam keputusan pembelian konsumen (Sanan Choir, 2020).

PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

Judul dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
Analisa Korelasi Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Butik Alfina Collection Desa Sumberkima Bali (Siti Mariami, 2019)	Hasil analisis menyatakan bahwa ada korelasi (hubungan) kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian suatu konsumen di Butik Alfina <i>Collection</i> desa Sumberkima Bali.	Sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisisnya, pada penelitian yang peneliti buat menggunakan metode analisis Somers'D, untuk penelitian ini menggunakan metode analisis <i>Korelasi Berganda</i> dan produk moment.
Hubungan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Pespondent di Kota Denpasar (Eka Sulistiawati, 2015)	Penelitian ini menunjukkan bahwa kumpulan variabel yang terdiri atas produk, harga, saluran distribusi dan promosi secara simultan dan parsial berhubungan signifikan terhadap kepuasan konsumen pasta gigi merek Pepsodent di Kota Denpasar.	Metode analisis yang digunakan adalah metode Somers'd, sedangkan metode analisis dalam penelitian ini yaitu metode <i>path analysis</i> dan perbedaannya juga terletak pada variabel Y. Yang mana, penelitian yang peneliti buat hanya terdapat satu variabel Y, sedangkan pada penelitian ini terdapat dua variabel Y.
Pengaruh Pengembangan Bisnis Bakso Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam di Desa Karanganyar Paiton (Wizarotil Hamdiah, 2018)	Terdapat pengaruh pengembangan Bisnis Bakso terhadap Peningkatan ekonomi Keluarga Ibu Maryam. Hal ini dibuktikan dari Approx. Sig. 0.000 < dari 0.04.Persamaannya terletak pada Teknik	Perbedaannya pada penelitian yang peneliti buat terdapat dua variabel X dan satu variabel Y, sedangkan pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel X dan perbedaannya juga

	sampel dan metode analisis yang digunakan yaitu SPSS.16, Somers'D dengan jenis data ordinal.	terletak pada objek penelitiannya.
--	--	------------------------------------

Sumber: Data diperoleh penulis, 2020

Penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas digunakan penulis sebagai referensi dan kumpulan teori yang berguna bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Dalam penelitian tersebut tidak terdapat pembahasan secara khusus mengenai kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Kemudian bias disimpulkan bahwa penelitian ini masih dan belum dilakukan oleh peneliti lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif, berdasarkan karakteristik variabel penelitian ini menggunakan penelitian survei (*expost facto*), dengan jenis data *ordinal*. Adapun maksud dari penelitian ini ialah untuk menentukan pengaruh yang terjadi antara kelompok subyek (*variabel independent*) menyebabkan terjadinya pengaruh pada variabel *dependen* (Hasrawati, 2020).

Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini di *home industri* rengginang Renggol Desa Olean Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo. Sejak tanggal 12 November 2020 sampai tanggal 30 Desember 2020.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Data

Populasinya dalam penelitian ini merupakan pelanggan *home industri* rengginang Renggol yang keseluruhan berjumlah 265 pelanggan, dan penulis hanya mengambil sampel 15% pelanggan tetap dari jumlah populasi, sehingga penelitian ini disebut sampel secara acak *ataurandom sampling*. Maka yang dijadikan sampel adalah 40 pelanggan.

Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan skunder (dokumentasi, kuesinoer dan observasi). Sedangkan analisis yang dipakai adalah analisis sebab akibat atau asosiatif/korelatif (*causal*) dengan menggunakan metode *Somer's D* dengan jenis data *Ordinal*.

Definisi Operasional Variabel

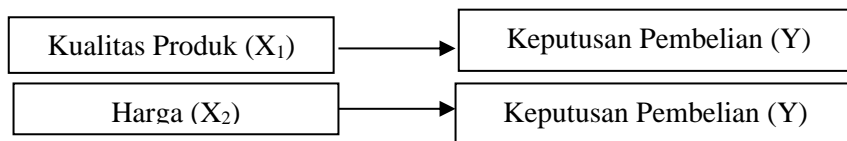
Berikut variable-variabel yang digunakan:

Variabel bebas/*independen* (X_1): kualitas produk

Variabel bebas/*independen* (X_2) : harga

Variabel terikat/*dependen* (Y) : keputusan pembelian konsumen

Hipotesis Penelitian



Rumusan hipotesisnya adalah:

H₁: "Kualitas produk mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian"

H₂: "Harga mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian"

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Home industri Rengginang Renggol berdiri sejak tahun 2015, sampai sekarang berkisar sekitar 5 tahun dan saat itu bisnis rengginang memiliki nama khusus hanya sebutan dari masyarakat setempat dengan sebutan rengginang Bu Nibe (Wawancara, 2020). Bisnis rengginang ini dinamakan "Rengginang Bu Nibe" karena nama itu lebih dikenal ketimbang nama sang suami. Bisnis tersebut terletak di rumahnya yaitu Dusun Kandang Utara RT/RW 02/07.

ANALISIS DATA

Jumlah pernyataan yang di ajukan dalam kuesioner ada 10 pernyataan untuk variabel X₁ dan variabel X₂. Adapun untuk variabel keputusan pembelian konsumen (Y) diperoleh dari keputusan pembelian konsumen yang bersangkutan. Instrumen penelitian kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di beri skala: (5) = sangat sesuai, (4) = sesuai, (3) = cukup sesuai, (2) = tidak sesuai, (1) = sangat tidak sesuai, dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$.

Untuk menganalisis korelasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *home industri* rengginang Renggol, dalam mengukur variabel tersebut penelitian yang digunakan untuk memenuhi syarat alat ukur valid dan tidaknya suatu instrumen tersebut. Dengan memakai program IBM SPSS (*Statistic Package for Social Sciences*) versi 16.

Uji Validitas

Pada kolom "*Corrected Item Total Correlation*" maka nilai hitung yang sama dengan atau lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel} 0,312$) dinyatakan valid, hal ini disesuaikan dengan jumlah r tabel dengan jumlah responden 40 pelanggan. Sedangkan nilai hitung yang kurang dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel} = 0,312$) dinyatakan tidak valid.

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel X₁

No Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0.194	0.312	Tidak valid
2	0.309	0.312	Tidak valid

3	0.443	0.312	Valid
4	0.297	0.312	Tidak valid
5	0.408	0.312	Valid
6	0.703	0.312	Valid
7	0.225	0.312	Tidak valid
8	0.292	0.312	Tidak valid
9	0.161	0.312	Tidak valid
10	0.556	0.312	Valid

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel X₂

No Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0.409	0.312	Valid
2	0.620	0.312	Valid
3	0.620	0.312	Valid
4	0.359	0.312	Valid
5	0.412	0.312	Valid
6	0.834	0.312	Valid
7	0.834	0.312	Valid
8	0.834	0.312	Valid
9	0.439	0.312	Valid
10	0.253	0.312	Tidak valid

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0.463	0.312	Valid
2	0.634	0.312	Valid
3	0.634	0.312	Valid
4	0.396	0.312	Valid
5	0.425	0.312	Valid
6	0.822	0.312	Valid
7	0.822	0.312	Valid
8	0.822	0.312	Valid
9	0.497	0.312	Valid
10	0.821	0.312	Valid

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi Uji Validitas untuk setiap pertanyaan tersebut dapat dilihat bahwa pada masing-masing angket di *home industri* rengginang Renggol sebanyak 10 item yang dinyatakan valid. Dalam artian bahwa data-data tersebut valid dan layak untuk diuji.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dipakai untuk mengukur angka kestabilan suatu alat pengukuran yang mengukur suatu gejala atau kejadian. Pengujian ini dilaksanakan untuk mendapatkan informasi apakah hasil jawaban dan kuesioner oleh responden betul-betul stabil untuk mengukur suatu gejala atau kejadian. Instrumen ini digunakan beberap kali untuk mengukur objek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Kriteria pengambilan keputusan yang dipakai dalam pengujian ini adalah nilai *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,600 (Sugiono, 2010).

Pada tabel "*Cronbach's Alpha If Item Deleted*" (sebagai uji reliabilitas instrumen), jika r_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari 0,600 maka dinyatakan reliabel dan layak untuk diuji.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁

No. Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
1	0.700	0.600	Reliabel
2	0.685	0.600	Reliabel
3	0.663	0.600	Reliabel
4	0.691	0.600	Reliabel
5	0.668	0.600	Reliabel
6	0.603	0.600	Reliabel
7	0.698	0.600	Reliabel
8	0.688	0.600	Reliabel
9	0.716	0.600	Reliabel
10	0.636	0.600	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₂

No. Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
1	0.854	0.600	Reliabel
2	0.838	0.600	Reliabel
3	0.838	0.600	Reliabel
4	0.861	0.600	Reliabel

5	0.854	0.600	Reliabel
6	0.815	0.600	Reliabel
7	0.815	0.600	Reliabel
8	0.815	0.600	Reliabel
9	0.854	0.600	Reliabel
10	0.863	0.600	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

No. Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
1	0.888	0.600	Reliabel
2	0.879	0.600	Reliabel
3	0.879	0.600	Reliabel
4	0.895	0.600	Reliabel
5	0.891	0.600	Reliabel
6	0.864	0.600	Reliabel
7	0.864	0.600	Reliabel
8	0.864	0.600	Reliabel
9	0.891	0.600	Reliabel
10	0.863	0.600	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2020

Menurut table-table tersebut dapat dinilai bahwa nilai *CronbachAlpha* pada setiap variabel yang > 0.600. menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel dan layak untuk diuji.

Uji Statistik Data

Penelitian ini menggunakan metode statistik *Somer's D* dengan jenis data Ordinal. Setelah melakukan uji validitas data pada variabel X_1 , X_2 dan variabel Y terdapat beberapa data yang tidak valid. Peneliti melakukan tindak lanjut yaitu dengan cara mengosongkan atau menghapus total hasil jawaban responden atau data yang tidak valid tersebut, sehingga menghasilkan hasil sebagai berikut :

Tabel 8
Data Responden

RESPONDEN	X1	X2	Y
1	18	43	50
2	19	43	48
3	17	43	48
4	16	45	50
5	16	45	50

6	16	45	50
7	14	43	48
8	10	39	44
9	11	43	46
10	12	41	44
11	13	37	41
12	10	37	41
13	12	36	38
14	9	33	36
15	13	32	36
16	13	39	41
17	13	40	42
18	17	37	39
19	18	38	40
20	15	33	35
21	12	30	33
22	17	36	38
23	18	33	34
24	15	34	35
25	14	32	35
26	8	31	34
27	15	34	36
28	17	36	39
29	11	35	38
30	15	36	40
31	11	34	37
32	15	33	35
33	15	32	37
34	12	32	35
35	20	32	37
36	17	30	33
37	17	33	36
38	13	34	39
39	19	32	36
40	18	33	34

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

Berikut secara konkret tabel analisis data dari penelitian ini:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi jual beli di *home industri* rengginang Renggol?

Tabel 9
Directional Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Symmetric	.026	.115	.228	.820
	Kualitas Produk Dependent	.026	.114	.228	.820
	Keputusan Pembelian Dependent	.026	.116	.228	.820

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Menurut tabel *Directional Measures*, diperoleh nilai Approx. Sig. 0,820. Jika dibandingkan dengan nilai kritik (0,05), maka jumlah value hitung (Approx. Sig) lebih besar dari nilai kritik yang berarti tidak signifikan: $0,820 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen di *home industri* rengginang Renggol yang dibuktikan dengan Approx. Sig. $0,820 > 0,05$.

Tabel 10
Directional Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Symmetric	.840	.049	15.109	.000
	Harga Dependent	.832	.051	15.109	.000
	Keputusan Pembelian Dependent	.847	.047	15.109	.000

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Dilihat dari tabel *Directional Measures*, diperoleh nilai Approx. Sig. 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai kritik (0,05), maka dapat diketahui nilai hitung (Approx. Sig) lebih kecil dari nilai kritik yang berarti signifikan: $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah bahwa ada pengaruh antara harga (X_2)

terhadap keputusan pembelian konsumen di *home industri* rengginang Renggol yang dibuktikan dengan Approx. Sig. $0,000 < 0,05$.

- b. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga didalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen?

Tabel 11

Directional Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal Somers' d Symmetric	.026	.115	.228	.820
by Ordinal				
Ordinal				
Ordinal	.026	.114	.228	.820
Ordinal				
Ordinal				
Ordinal	.026	.116	.228	.820

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Menurut analisis pada tabel *Directional Measures* sebagaimana di atas, diperoleh jumlah value sebesar 0,026. Jadi besarnya pengaruh kualitas produk di buktikan dengan value 0,026 atau 2,6%.

Table 12

Directional Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal Somers' d Symmetric	.840	.049	15.109	.000
by Ordinal				
Ordinal				
Ordinal	.832	.051	15.109	.000
Ordinal				
Ordinal				
Ordinal	.847	.047	15.109	.000

Sumber: Data diolah Peneliti, 2020

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Merujuk pada tabel *Directional Measures* sebagaimana di atas, diperoleh jumlah value sebesar 0,840. Jadi besarnya pengaruh harga di buktikan dengan value 0,840 atau 84%.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis SPSS.16 *Somer's D* dengan jenis data Ordinal, berikut beberapa nilai yang didapat:

1. H_a = Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studikasuk pada *home industry* rengginang Renggol Desa Olean Situbondo).

(H_a) Didapat nilai Sig. Sebesar 0,820 dinyatakan lebih besar darinilai kritik 0,05 yang berarti tidak terdapat nilai signifikan pada kualitas produk (X_1). Maka Hipotesis alternatifnya ditolak.

H_o = Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studikasuk pada *home industry* rengginang Renggol Desa Olean Situbondo).

(H_o) diterima. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa: "Tidak adapengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini sudah dibuktikan dengan nilai Sig. Sebesar 0,820 dinyatakan lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,312 yang berarti tidak signifikan".

2. H_a = Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Studikasuk pada *home industry* rengginang Renggol Desa Olean Situbondo).

(H_a) Didapat nilai Sig. Sebesar 0,000 dinyatakan lebih kecil dari nilai kritik 0,05 yang berarti terdapat nilai signifikan pada harga (X_2). Maka Hipotesis alternatifnya diterima.

H_o = Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Studikasuk pada *home industry* rengginang Renggol Desa Olean Situbondo).

(H_o) ditolak. Maka dapat dikatakan bahwa: "Adapengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. Sebesar 0,000 yang dinyatakan lebih kecil dari nilai kritik 0,05 yang berarti signifikan".

PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan mengukur seberapa besar pengaruhnya dalam pembelian.

Melalui hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga sangat penting di evaluasi kembali karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya konsumen lebih memilih harga yang standar.

Dari beberapa hasil observasi juga memperlihatkan adanya relevansi dengan hasil statistik, diantaranya letak pengembangan bisnisstrategis, frekuensi pengunjung pada setiap harinya lumayan ramai, kepuasan konsumen yang paling diutamakan.

Berdasarkan hasil penelitian serta data yang diperoleh peneliti di lapangan dan pengolahan data yang menggunakan rumus uji *Somers'D*, maka peneliti dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang ada pada rumusan masalah tersebut. Dalam hasil penelitian ini, yang telah dibuktikan dari hasil uji *Somers'D* dengan menggunakan perhitungan program *IBM SPSS Statistics 16*, secara parsial menyatakan

bahwasanya ada satu variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu variabel harga (X_2). Untuk variabel kualitas produk (X_1) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti membuktikan bahwa ada salah satu dari dua variabel independen yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen di *home industri* rengginang Renggol.

Secara teori jika harga suatu produk memadai maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, ketika kedua variabel tersebut dianalisis hasil penelitiannya pasti berpengaruh. Harga ialah jumlah keseluruhan nilai yang diperuntukkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atas produk atau jasa. Suatu produk akan lebih diterima oleh konsumen jika harga produk tersebut dapat dibeli oleh konsumen. Hal tersebut didukung dengan beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu :

Analisis Korelasional Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Butik Alfina Collection Desa Sumberkima Bali. Hasil penelitian menyatakan bahwasanya secara simultan ada korelasi antara kualitas suatu produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Butik Alfina Collection Desa Sumberkima Bali. Melalui hasil penelitian menunjukkan bahwasanya kualitas suatu produk dan harga sangat penting di evaluasi kembali karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut dapat dilihat dari makin bertambahnya konsumen yang memilih kualitas yang bagus dengan harga yang standar.

Hubungan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Respondent di Kota Denpasar). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa marketing mix (produk, harga, salurandistribusi dan promosi) secara simultan dan parsial mempunyai hubungan yang cukup signifikan terhadap kepuasan konsumen pasta gigi merek Pepsodent di Kota Denpasar.

Pengaruh Pengembangan Bisnis Bakso Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam di Desa Karanganyar Paiton. Dalam penelitian ini hasil analisisnya adalah hubungan antara variabel X_1 terhadap X_2 , hal ini berarti membuktikan bahwa memang ada pengaruh yang sangat besar antara Pengembangan Bisnis terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam. Secara teori jika pengembangan bisnis memadai maka akan berpengaruh terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam, ketika kedua variabel tersebut dianalisis hasil penelitiannya pasti berpengaruh. Hal ini juga berdasarkan dari adanya beberapa hasil wawancara terhadap nasabah yang sudah diketahui bahwa hasil tersebut mempertegas uji statistik, diantara hasil wawancara tersebut memang ada pengaruh Pengembangan Bisnis Bakso terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dan mengacu pada rumusan masalah, yang diuji statistikanalisis SPSS.16 *Somer's D* dengan jenis data Ordinal, maka dapat ditarik kesimpulan secara rinci bahwa variabel X_1 dengan Y tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dengan cara membandingkan nilai signifikan dengan Approx. Sig. $0,820 > 0,05$, (hasil perhitungan spss 16). Diketahui variabel X_2 dengan Y ada pengaruh yang signifikan secara parsial karena nilai Approx. Sig. lebih kecil dari nilai kritik $0.000 < 0.05$, (hasil perhitungan SPSS 16).

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di *home industri* rengginang Renggol di Desa Olean Situbondo. Terbukti dari perhitungan hasil SPSS 16 berdasarkan tabel *Directional Measures* diperoleh variabel kualitas produk (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Kontribusi secara parsial variabel harga (X_2) terhadap Y sebesar 0,840 atau 84%, termasuk dalam kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelanggan yang memutuskan untuk membeli produk tersebut karena harga yang terjangkau.

Saran

Diharapkan bagi pemilik *home industri*, agar dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya dalam kualitas produk di *home industri* rengginang Renggol. Serta bagi pelaku bisnis, agar meningkatkan berbagai perkembangan ide-ide yang digunakan dalam strategi untuk membuat suatu produk agar konsumen selalu merasa puas dalam pemakaian produk. Sedangkan bagi penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat menambah khazanah keilmuan dalam dunia lingkungan sekitar, khususnya bagi penerus bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1. Cet. 3. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1. Cet. 11. Jakarta: Rajawali Pers).96.
- Choir, Sanan. (2020). *Manajemen*, <http://majanajemen.blogspot.com/2015/04/strategi-penetapan-harga.html>. di akses pada tanggal 28 Oktober 2020 (10.50 WIB).
- Durianto, Darmadi. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fawaid, Ahmad. (2019). *Marketing Mix Berbasis Price Discount Dan Bonus Packs Untuk Bisnis Online*, Article.
- Hamdiah, Wizarotil. (2018). *Pengaruh Pengembangan Bisnis Bakso Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Ibu Maryam di Desa Karanganyar Paiton*. Skripsi tidak diterbitkan. Probolinggo: Universitas Nurul Jadid.

- Hasrawati.(2020).*Jenis-JenisPenelitianBerdasarkanMasalahnya*.http://hasrawati-hasrawati.blogspot.com/2011/03/jenis-jenis-penelitian-berdasarkan_20.html di akses pada tanggal 28 Oktober 2020 (10.30 WIB).
- <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>. di akses pada tanggal 27 Oktober 2020 (10.50 WIB).
- Ibu Nibe. (2020).*Wawancara*, (Situbondo: Pemilik *Home Industri* Rengginang Renggol, 26 November 2020).
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2011). *Prinsip-PrinsipPemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- M. N, Nasution. (2004). *ManajemenMutuTerpadu (Total Quality Management)* Edisikedua. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mariama, Siti. (2019). *Analisis Korelasional Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Butik Alfina Collection Desa Sumberkima Bali*. Probolinggo: Universitas Nurul Jadid.
- Philip, Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *MetodePenelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiawati, Eka. (2015). *Hubungan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Respondent di Kota Denpasar)*. Bali: Universitas Udayana.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Edisi ke 2.Cetakan 1. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tim PenyusunKamus. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai pustaka.