

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BENGKEL LAS BAROKAH DI BINUANG

Karmila

Karmilamila794@gmail.com/081348327848

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk atau menggunakan jasa pada Bengkel Las Barokah, dimana respondennya adalah masyarakat wilayah Binuang dan sekitarnya. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 responden. Adapun metode pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji dari penelitian hasil dapat dilihat dari penelitian nilai Beta (Beta Coefficient) variabel Harga (X2) memiliki nilai Beta (Beta Coefficient) 0,369 lebih besar ($>$) dari nilai Beta (Beta Coefficient) variabel Kualitas Produk (X1) yang hanya bernilai Beta (Beta Coefficient) 0,034.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Jenis Produk, Harga, Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Product Quality and Price on Purchasing Decisions on Las Barokah Workshop in Binuang. The population used in this study were all consumers who had made product purchase transactions or used services at the Las Barokah Workshop, where the respondents were the people of the Binuang area and its surroundings. The number of samples used was 75 respondents. The method of collecting data through a questionnaire. The results of this study indicate that product quality does not have a positive and significant effect on purchasing decisions, while prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced from the results of the test from the research results can be seen from the research Beta value (Beta Coefficient) Price variable (X2) has a Beta value (Beta Coefficient) 0.369 greater ($>$) than Beta value (Beta Coefficient) Product Quality variable (X1) which is only Beta (Beta Coefficient) 0.034.

Keywords: Product Quality, Product Type, Price, Consumer Behavior and Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan mewujudkan iklim usaha yang dinamis diharapkan pengusaha mampu memenuhi tuntutan dan memahami keinginan pelanggan. Konsumen sebagai kunci kesuksesan suatu usaha berperan memberikan nilai akan hasil suatu produk barang atau jasa yang telah dimanfaatkannya. Dari nilai inilah akan jelas bentuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Bengkel Las Barokah merupakan rumah usaha produk barang ataupun jasa perusahaan kecil yang dikelola secara pribadi atau keluarga yang hanya memiliki karyawan 1 sampai 5 orang saja. Dimana pemilik merangkap tugas sebagai pengelola usaha dan bagian sales pemasaran yang menawarkan jasa dan produknya. Dalam perencanaannya produk yang dihasilkan harus sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yang dimana kualitas produk harus baik dalam hal mutu, model dan desain produknya. Kualitas produk sebagai tolak ukur peragaan hasil yang dapat difungsikan berperan dalam penentuan nilai pelanggan terhadap produk yang dibelinya. Harga sebagai penentu keuntungan atau laba perusahaan, penentuan tarifnya dipengaruhi oleh tingkatan tinggi rendahnya biaya produksi suatu produk (Ginting N,2011:142).

Permasalahan yang timbul yaitu keputusan pembelian produk Bengkel Las Barokah dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Dari segi produk Bengkel Las Barokah, memiliki kualitas yang tinggi dan disejajarkan dengan harga, sedangkan dari segi harga ternyata produk yang ditawarkan dari produk Bengkel Las Barokah bervariasi daripada produk sejenis lainnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan agar strateginya berjalan dengan baik di mana dalam implementasi strategi tersebut tentu menguntungkan perusahaan dan terlebih adalah jual dan daya Bengkel Las Barokah ini masih pada batasan wilayah dan orang – orang yang tahu atau pernah menjadi pelanggan Bengkel Las Barokah.

Karena kualitas produk dan persepsi harga merupakan persepsi konsumen akan kesesuaian antara kualitas dan harga produk atau jasa atas kepuasan akhir yang didapatnya maka dapat diramalkan jika persepsi konsumen akan suatu produk atau jasa itu negatif maka produk atau jasa itu tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama. Begitu sebaliknya apabila persepsi konsumen akan suatu produk atau jasa itu positif maka produk atau jasa itu akan disukai dan akan bertahan lama. Sehingga pengusaha mampu untuk mempertahankan loyalitas konsumennya dan memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk menguji lebih dalam lagi mengenai “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Las Barokah di Binuang ”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana kualitas produk pada Bengkel Las Barokah di Binuang ?
- 2) Bagaimana harga pada Bengkel Las Barokah di Binuang ?
- 3) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang ?
- 4) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang ?
- 5) Variabel manakah yang lebih berdampak dominan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang ?

Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2017:63). Hipotesis penelitiannya sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.
- 3) Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.

Tujuan Penelitian

Dari uraian penjelasan latar belakang di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui kualitas produk pada Bengkel Las Barokah di Binuang.
- 2) Untuk mengetahui harga pada Bengkel Las Barokah di Binuang .
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.
- 5) Untuk mengetahui Variabel manakah yang lebih berdampak dominan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Las Barokah di Binuang.

METEDOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang diartikan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dalam yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017:80). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling yang dipilih secara acak (random). Jumlah sampel diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 75 responden yang berasal dari para konsumen yang pernah menggunakan jasa atau produk dari Bengkel Las Barokoh di Binuang dan sekitarnya.

Sedangkan untuk variabel yang digunakan ada dua macam variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas (kualiatas produk dan harga) dan variabel dependen atau variabel terikat (keputusan pembelian).

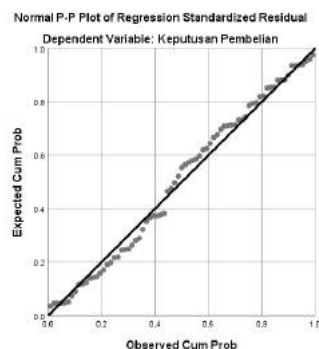
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Untuk mengetahui keeratan pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka dapat digunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Berikut hasil asumsi klasiknya :

(1) Uji Normalitas Probability

Menurut Iman Ghozali (2011:161)

Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya atau mengikuti garis diagonal.



Berdasarkan gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

(2) Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2011 : 107-108)

Tidak terjadi gejala multikolinearitas , jika nilai toleransi lebih besar 0,100 dan nilai VIF lebih kecil 10,00.

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	11.992	1.497		8.008	.000			
	Kualitas Produk	.015	.064	.034	.239	.812	.590	1.695	
	Harga	.321	.123	.369	2.618	.011	.590	1.695	

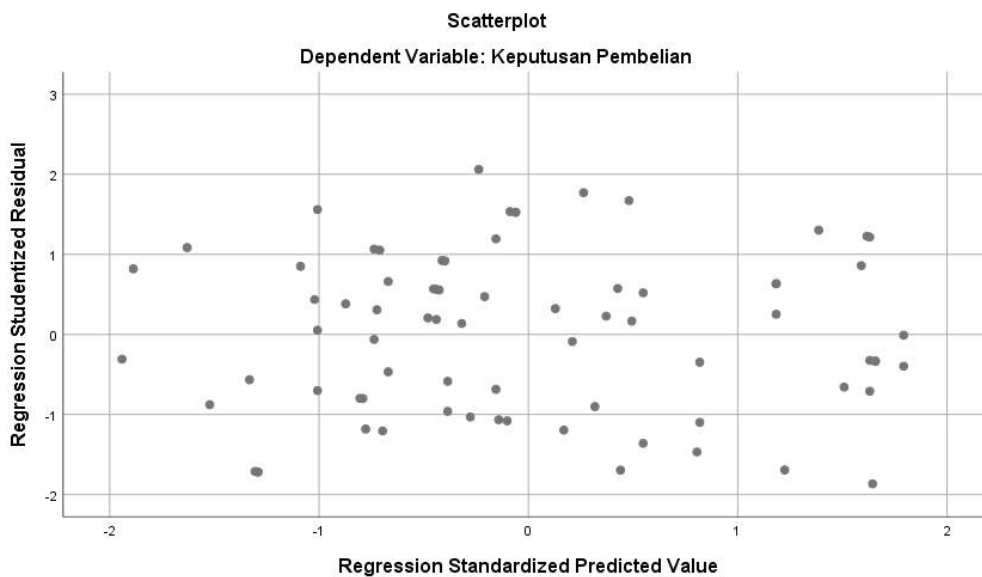
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan data diatas dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas. dikarenakan nilai sig X1 dan X2 lebih besar dari nilai sig 0,100 dan nilai VIF X1 dan X2 lebih kecil dari nilai VIF 10,00.

(3) Uji Heterokedastitias

Menurut Iman Ghozali (2011: 139)

Tidak terjadi heteroskedastitias, jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang , melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah anagka 0 pada sumbu Y.



Gambar 4.2 : Uji Heteroskedastitias
Sumber : Diolah Sendiri (Lampiran 5)

Kesimpulannya berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa Tidak terjadi gejala heterosdestisitas pada pengaruh kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena tidak ada pola yang jelas (bergelombang ,

melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

(4) Uji t

Menurut Iman Ghozali (2011:101) jika nilai sig lebih kecil $< 0,05$ maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel independen.

$$t_{\text{tabel}} = (\alpha/2; n - k - 1) = (0,05/2; 75 - 2 - 1) = 0,025 : 72 = 1,996$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap Y secara parsial karena nilai hitungnya lebih kecil dari 1,996 dan harga (X2) berpengaruh Terhadap Y secara parsial karena nilai hitungnya lebih besar 1,996.

(5) Uji f

Menurut Imam Ghozali (2011 ; 101) jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Nilai sig lebih kecil dari 0,05 artinya variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap Y

Menurut V.Wiratna Sujarweni (2014:155) jika nilai f_{hitung} lebih besar $> f_{\text{tabel}}$ maka artinya variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

$$F_{\text{hitung}} = 6,351$$

$$F_{\text{tabel}} = (k ; n - k) = (2 ; 75-2) = 2 : 73 = 3,15$$

Kesimpulannya kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) karena nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$.

(6) Analisis Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengujian menggunakan dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 0,05$), dengan :

$$t_{\text{tabel}} = (\alpha/2; n - k - 1) = (0,05/2; 75 - 2 - 1) = 0,025 : 72 = 1,996$$

$$f_{\text{tabel}} = (k ; n - k) = (2 ; 75-2) = 2 : 73 = 3,15$$

Pada tabel 4.7 dapat dilihat R Square sebesar 0,154 yang berarti besarnya variasi kontribusi seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 15,4% sedangkan sisanya 84,6% dijelaskan oleh sebab lain diluar dari penelitian ini.

Berdasarkan pada tabel 4.7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,992 + 0,239 X1 + 0,321 X2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut, menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki koefisien regresi positif. Yang artinya variabel Kualitas Produksi (X1) dan Harga (X2) mempunyai hubungan yang berbanding lurus dengan variabel terikatnya atau Keputusan Pembelian (Y). Yang dimana apabila variabel kualitas harga (X1) dan variabel harga (X2) mengalami kenaikan maka akan berpengaruh pada variabel terikatnya.

Pembahasan

Uji Hipotesis I : Uji t Secara Parsial

Dari pengujian ini akan diketahui apakah variabel yang terdiri dari Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Bengkel Las Barokah di Binuang, yaitu dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5% dan rumus derajat bebas. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka pengaruhnya signifikan. Berikut data besaran pengaruh masing-masing variabel :

Tabel 4.8
NILAI t_{hitung}

Variabel Bebas	t_{hitung}	Sig.	T_{Tabel} (df 72)	Keterangan	Berpengaruh atau tidak berpengaruh
X1 Kualitas Produk	0,239	0,812	1,996	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Tidak berpengaruh
X2 Harga	2,518	0,196	1,996	$t_{hitung} > t_{tabel}$	berpengaruh

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk (X1) Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} (0,239) < t_{tabel} (1,966) dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau masing-masing variabel (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y).

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} (2,518) > t_{tabel} (1,966) dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau masing-masing variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap (Y).

Uji Hipotesis II : Uji F Secara Simultan

Dari pengujian ini akan dibuktikan apakah variabel yang terdiri dari Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Bengkel Las Barokah di Binuang. Dalam menjawab hipotesis yang telah diajukan diawal penelitian, menggunakan alat bantu analisis *software* SPSS versi 25.00. dari hasil perhitungan menggunakan SPSS menunjukkan F_{hitung} sebesar 6,531 dan F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% dan rumus derajat bebas. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa F_{hitung} (6,531) > F_{tabel} (3,15) , maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk (X1) dan Harga X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Hipotesis III : Variabel Yang Paling Berpengaruh

Pada hipotesis ini yang menyatakan bahwa Harga (X2) merupakan faktor yang dominan paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) adalah benar atau terbukti , hasil dapat dilihat dari penelitian nilai Beta (*Beta Coefficient*) variabel Harga (X2) memiliki nilai Beta (*Beta Coefficient*) 0,369 lebih besar (>) dari nilai Beta (*Beta Coefficient*) variabel Kualitas Produk (X1) yang hanya bernilai Beta (*Beta Coefficient*) 0,034.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Tingkat Keputusan Pembelian pada Bengkel Las Brokah di Binuang ini besaran keputusannya ternyata banyak di pengaruhi kualitas produk sebanding dengan harga atas produk atau jasa yang di tawarkan. Dari segi variabel masing-masing keputusan pembelian terhadap kualitas produk dari 75 responden menunjukkan tingkat penilaian sangat setuju sebanyak 39 orang (52%) dan untuk harga dari 75 responden menunjukkan tingkat penilaian sangat setuju sebanyak 47 orang (62,7%).

2. Saran

- 1) untuk itu kedepannya Bengkel Las Barokah di Binuang secara berkala harus meningkatkan Kualitas Produknya bagi itu dalam hal bahan baku, ketepatan waktu

sesuai pemesanan, tingkat kerapian , dan tingkat ketahanan produk atau jasa yang ditawarkannya. Sebab barang yang bermutu atau berkualitas tak dipermasalahkan dari segi harga atau dari tidak percayaan konsumen.

- 2) untuk itu kedepannya Bengkel Las Barokah di Binuang hendaknya lebih menyesuaikan standar harga sesuai dengan besaran biaya produksi dan bahan baku, sehingga apabila ada perubahan dari segi bahan baku atau ongkos produksi maka akan ada pula sedikit perubahan pada produk atau jasa yang ditawarkannya dengan harga mengikuti harga pasar.
- 3) Guna meningkatkan volume pembelian dan loyalitas serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan makan Bengkel Las Barokah di Binuang harus benar-benar memperhatikan setiap detail keinginan konsumen akan produk atau jasa yang akan di manfaatkan atau dibelinya guna menjaga kepercayaan antara konsumen dengan perusahaan atau produsen.

REFERENSI

Semua rujukan-rujukan yang diacu dalam teks artikel ini bersumber dari data primer (jurnal ilmiah) , buku dan beberapa artikel sebagai berikut :

Buku 1 Penulis

Dinawan Muhammad Rhendria, SE 2010 , pada Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume IX, No. 3, Desember 2010, halaman 335 – 369

Buku 2 Penulis

Feriyanto .Andri dan Triana.Endang Shyta , 2015. Pengantar Manajemen (3in1). Cetakan pertama , Penerbit : Media Tera , Kebumen.

Buku 3 Penulis

Ginting , Nembah F.Hartimbul .2011. Manajemen Pemasaran, cetakan pertama , Penerbit : CV Yrama Widya, Bandung.

Buku 4 Penulis

Hurriyati, Ratih .2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, cetakan keempat, Penerbit : Alfabeta, Bandung

Artikel Jurnal

Kodu ,Sarini . 2013. Pada Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1251-1259 . Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado

Skripsi/Tesis/Disertasi Tidak Terpublikasi

Nurjanah. 2018. Analisis kualitas pelayanan front office terhadap kepuasan pelanggan pada PT.POS INDONESIA wilayah Kandangan. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Aryad Al Banjari

Skripsi/Tesis/Disertai dari Sumber Online 1

Rahmawati latifa .2012 . Pengaruh penentuan tingkat harga dan kualitas produk terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan batik gemilang etnik nusantara di boyolali. Skripsi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah surakarta.

Skripsi/Tesis/Disertai dari Sumber Online

Sari Yakut Dekrita . Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk industri garment. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

Buku 5 Penulis

Sugiyono .2017. Metode Penelitian Kauntitatif dan Kualitati dan R&D. Cetakan ke-26, Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Buku 6 Penulis

Supranto.J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan keempat, Penerbit : Rineka Cipta , jakarta.