

## **Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk: Studi Kasus Toko Usaha Bersama Surabaya**

**Revo Ramadhan Putra Danitra**

S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional  
'Veteran' Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.  
Email: [ramadhanrevo17@gmail.com](mailto:ramadhanrevo17@gmail.com)

**Fauzatul Laily Nisa**

Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.  
Email: [f.laily.nisa.es@upnjatim.ac.id](mailto:f.laily.nisa.es@upnjatim.ac.id)

### **Abstrak**

*Toko sembako adalah bagian yang penting dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Beberapa toko sembako masih bertahan dan mulai mulai berinovasi. Metode penelitian yang mengalami perubahan dalam toko sembako menurun karena minimarket dan supermarket. Sangat penting untuk diingat kembali bahwa preferensi konsumen terhadap kualitas dan harga mungkin berbeda-beda. Beberapa konsumen mungkin hanya berfokus kepada kualitas tanpa mementingkan harga, sementara yang lain mungkin sangat sensitive terhadap harga. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan pribadi dan preferensi individu. Faktor kualitas dan harga saling berkaitan dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Usaha Bersama. Pemasaran menggunakan strategi yang efektif diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan harapan para konsumen. Dengan memahami seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.*

**Kata Kunci :** toko, kualitas, harga, pembelian

### **Abstract**

*Grocery stores are an important part of everyday life. Some food shops still survive and start to innovate. Research methods that undergo changes in food shops decreases due to minimarkets and supermarkets. It is very important to remember that consumer preferences on quality and prices may vary. Some consumers may only focus on quality without progressing prices, while others may be very sensitive to prices. This difference can be influenced by factors such as personal income and individual preferences. Quality and price factors are interrelated and have a significant effect on product purchasing decisions in a joint business store. Marketing uses an effective strategy needed to maintain a balance between quality products and competitive prices to meet the various needs and expectations of consumers. By understanding how much influence these two factors on purchasing decisions.*

**Keywords:** shop, quality, price, purchase

## **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya zaman, toko sembako mengalami perubahan dalam. Meski popularitasnya berangsur menurun karena hadirnya minimarket dan supermarket, beberapa toko sembako masih bertahan dan mulai berinovasi. Mereka mulai memodernisasi tata letak produk, kebersihan, dan pencahayaan toko untuk menarik pelanggan. Meskipun banyak toko sembako yang belum memasuki era digital, beberapa diantaranya mulai bertransformasi agar tetap kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Toko sembako sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu pengecer sembako dan distributor grosir. Meski kehadiran minimarket telah menggerus kehadiran toko sembako, namun masih banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja di toko sembako karena lebih dekat dan personal, juga tetap eksis di hati masyarakat serba ada.

Toko sembako adalah bagian yang penting dari kehidupan masyarakat sehari-hari, dan pemahaman para konsumen yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dapat memberikan informasi berharga bagi pemilik toko sembako dan orang-orang di sekitar mereka. Kualitas dan harga merupakan dua faktor utama yang harus diperhatikan konsumen dalam proses pembelian, dan memahami pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif. Untuk memahami perilaku konsumen di toko sembako, faktor-faktor tambahan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian harus diidentifikasi. Melihat permasalahan penelitian ini maka disini dapat difokuskan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai hubungan kualitas, harga dan keputusan pembelian di dalam toko sembako.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan disini adalah wawancara kualitatif yang mana merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis informasi yang lebih kaya, lebih mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena. Metode penelitian wawancara kualitatif ini juga merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami secara lebih lanjut tentang pandangan, sikap, dan pengalaman individu atau sekelompok dalam konteks tertentu. Dalam penelitian kualitatif, wawancara dianggap sebagai alat utama untuk mengumpulkan informasi deskriptif dan interpretatif. Metode wawancara kualitatif dalam penelitian di Toko Usaha Bersama dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai sikap, persepsi, dan pengalaman konsumen terhadap aspek-aspek yang memengaruhi keputusan pembelian. Wawancara kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih luas tentang tentang perspektif yang kompleks dan konstentual, ini mungkin sulit diukur menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian yang saya lakukan disini adalah dengan mewawancarai pelanggan untuk mengetahui dan mengumpulkan data tentang perilaku konsumen. Disini saya akan memberikan tiga pertanyaan lalu semua jawaban tersebut akan dikategorikan menjadi jawaban positif dan jawaban negatif. Lalu akan diberi kesimpulan tentang bagaimana rata-rata jawaban para narasumber, berikut pertanyaannya:

1. Apa yang membuat anda memilih untuk berbelanja di Toko Usaha Bersama ini?
2. Bagaimana anda menilai kualitas produk di Toko Usaha Bersama ini?
3. Apakah harga mempengaruhi keputusan anda dalam memilih produk di Toko usaha Bersama?

Dari tiga pertanyaan tersebut akan dibahas dengan ringkasan berupa berapa persen dari setiap jawaban positif dan negatif juga tambahan penjelasan seperti kenapa banyak yang menjawab dengan jawaban yang positif dan negatif, apa saja faktor yang menyebabkan mereka menjawab seperti itu dan lain sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian wawancara di atas ditemukan bahwa pelanggan di Toko Usaha Bersama ini memiliki lebih banyak pendapat positif daripada negatif di kalangan para konsumen. Di tabel berikut adalah penjelasan mengenai frekuensi jawaban positif dan negatif, lalu akan dihitung dengan persen.

Keterangan	Frekuensi	%
Positif	47	78,3
Negatif	13	21,7
<b>Total</b>	60	100

Sumber: Wawancara langsung

Para narasumber rata-rata menjawab pertanyaan saya dengan membentuk keputusan berdasarkan persepsi terhadap kualitas dan harga. Faktor-faktor seperti keandalan, daya tahan, fitur produk dan pengalaman para narasumber juga mempengaruhi persepsi kualitas dan harga. Kebanyakan dari mereka menjadikan harga sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian. Para narasumber cenderung membandingkan nilai atau manfaat produk dengan harga yang mereka bayar. Beberapa dari jawaban narasumber menunjukkan bahwa hal utama yang diperhatikan pembeli yaitu hubungan antara kualitas dan harga sebelum melakukan pembelian.

Konsep nilai (value for money) menjadi kunci, dimana para narasumber menentukan keseimbangan antara kualitas yang mereka dapatkan dan harga yang mereka bayarkan. Layanan atau produk dapat membedakan dirinya dari pesaing, baik dalam faktor kualitas dan harga, ini dapat memiliki dampak positif pada

keputusan pembelian para narasumber. Dari kesadaran merek juga dapat memengaruhi cara pembeli menilai kualitas dan harga suatu produk. Merek yang terkenal atau dikenal memiliki kemungkinan lebih besar untuk memengaruhi keputusan pembelian para narasumber.

Faktor-faktor eksternal seperti merek yang sudah dikenal kalangan masyarakat disekitar daerah toko ini, rekomendasi keluarga atau teman, serta ulasan online juga bias memengaruhi bagaimana cara narasumber menilai kualitas yang mereka terima dan harga yang mereka bayarkan. Narasumber disini juga menggunakan pengalaman pribadi mereka dengan merek atau produk tertentu untuk menentukan persepsi dan keputusan pembelian mereka.

Pengaruh faktor kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk di Toko Usaha Bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, Kualitas dan harga merupakan dua faktor utama yang harus dipertimbangkan konsumen ketika memilih produk di Toko Usaha Bersama. Dalam hasil dan pembahasan kali ini, saya akan mendalami sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian dan bagaimana interaksinya.

Kualitas produk Toko Usaha Bersama memang termasuk dalam faktor terpenting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen mencari produk dengan standar kualitas yang tinggi atau yang dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka, apalagi makanan pokok biasanya berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari. Mutu dapat berarti kesegaran, keamanan, dan ketersediaan produk. Bahan pokok yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas dalam berbelanja di toko langganan. Selain itu, persepsi konsumen terhadap seberapa berkualitasnya produk dapat memengaruhi citra merek dan kepercayaan mereka terhadap produk sembako, Konsumen yang percaya bahwa Toko Usaha Bersama menawarkan produk berkualitas lebih besar kemungkinannya untuk berbelanja disana secara konsisten atau biasanya disebut toko langganan.

Di Toko Usaha Bersama, faktor harga juga memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Anggaran para pembeli seringkali terbatas, dan harga produk merupakan faktor penting ketika para pembeli memilih antara satu produk atau lainnya, harga yang kompetitif dan terjangkau dapat menjadi faktor penentu apakah konsumen akan mengambil keputusan pembelian atau lebih tidak. Diskon dan penawaran harga khusus juga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Bersama. Selain itu, nilai harga yang dirasakan juga penting, konsumen lebih cenderung membeli suatu produk yang mereka rasa mendapatkan keuntungan lebih jika membayar lebih murah dari harga yang dibayarkan.

Interaksi faktor kualitas dan harga dapat memberikan dampak yang signifikan. Jika ada produk yang memiliki kualitas sangat tinggi bukan tidak mungkin bagi para konsumen untuk bersedia membayar dengan harga tinggi, namun mereka juga mempunyai batas atas seberapa tinggi harga yang akan mereka terima.

Oleh karena itu, Toko Usaha Bersama harus menemukan keseimbangan yang tepa tantara menawarkan produk berkualitas tinggi dan persaingan harga. Sangat penting untuk diingat kembali bahwa preferensi konsumen terhadap kualitas dan harga mungkin berbeda-beda. Beberapa konsumen mungkin hanya berfokus kepada kualitas tanpa mementingkan harga, sementara yang lain mungkin sangat sensitive terhadap harga. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan pribadi dan preferensi individu.

Faktor kualitas dan harga saling berkaitan dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Usaha Bersama. Pemasaran menggunakan strategi yang efektif diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan harapan para konsumen. Dengan memahami seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN**

Meskipun terdapat minimarket dan supermarket, beberapa toko kelontong masih bertahan dan berinovasi dengan memodernisasi tata letak produk, kebersihan, dan pencahayaan toko. Toko kelontong dibagi menjadi dua jenis: pengecer kelontong dan distributor grosir. Kualitas dan harga adalah dua faktor utama yang dipertimbangkan konsumen ketika mengambil keputusan pembelian, dan memahami pengaruhnya dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara kualitatif yang memberikan wawasan mendalam mengenai sikap, persepsi, dan pengalaman konsumen. Konsep nilai uang adalah kuncinya, dimana pembeli menentukan keseimbangan antara kualitas yang mereka terima dan harga yang mereka bayar. Interaksi faktor kualitas dan harga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, toko kelontong harus menemukan keseimbangan yang tepat antara menawarkan produk berkualitas tinggi dan persaingan harga.

## **REFERENSI**

Abhiyoso, S.D. 2023. *Membongkar Sebab Harga Sembako Naik Terus, Benarkah Efek El Nino Saja?* <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231205062840-92-1032890/membongkar-sebab-harga-sembako-naik-terus-benarkah-efek-el-nino-saja>. Diakses tanggal 20 Desember 2023

Afriyadi, A. 2022. *Toko Kelontong GO Digital Biar Nggak Ditinggal* dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6752030/toko-kelontong-go-digital-biar-nggak-ditinggal>. Diakses tanggal 18 Desember 2023

Anwar, M. K. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Volume 3 Nomor 2.

Fauzi, Y. 2017. *Perubahan Pola Belanja Masyarakat Bukan Alasan Daya Beli Lesu* dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170803163656-92-232260/perubahan-pola-belanja-masyarakat-bukan-alasan-daya-beli-lesu>. Diakses tanggal 17 Desember 2023

Kurniawan, D. 2023. *Eri Cahyadi: Harga Sembako di Surabaya Harus Stabil Hingga Idul Adha* dari <https://www.liputan6.com/surabaya/read/5321654/eri-cahyadi-harga-sembako-di-surabaya-harus-stabil-hingga-idul-adha>. Diakses tanggal 17 Desember 2023

Patrick, J. 2020. *Penjualan Sembako di Online Meningkatkan 400 Persen Imbas Corona* dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200417093950-206-494423/penjualan-sembako-di-online-meningkat-400-persen-imb-39-corona>. Diakses tanggal 18 Desember 2023

Pratiwi, H. R. 2020. *Pemerintah Bakal Sanksi Pedagang Sembako yang Mainkan Harga* dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200303170332-92-480159/pemerintah-bakal-sanksi-pedagang-sembako-yang-mainkan-harga>. Diakses tanggal 17 Desember 2023

Rizky, M. 2023. *Miris Pedagang Sembako, Kebingungan Efek Harga Bergerak Liar* dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230908140704-4-470755/miris-pedagang-sembako-kebingungan-efek-harga-bergerak-liar>. Diakses tanggal 17 Desember 2023