

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAKET PEMBELIAN (Studi pada Konsumen UD. BACHTIAR Desa Kludan, Tanggulangin)

Adam Ibroham Al Abror  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
Adhamibrhm@yahoo.co.id

### Abstract

*One of the emerging sectors of the fashion industry is the clothing category. One category of clothing that is in the great demand of domestic and international markets is Leather Jacket. With good quality and reasonable price, it will attract the purchase decision of Leather Jacket. This research uses quantitative approach, which is adjusted to know the quality of the Product and Price to Purchase Leather Jacket Decision to UD customer. BACHTIAR Kludan Village, Tanggulangin District. Respondents used in this study were Leather Jackets at UD. BACHTIAR. Respondents in this study used 210 people by using purposive sampling method. This study uses primary data that is by Research Instrument (Questionnaire) and secondary data by interview or documentation. The method of analysis used is multiple linear regressions. The results showed that the variable of Product Quality and Price has positive effect on Purchase Decision.*

*Keywords: Product Quality, Price, Purchase*

### PENDAHULUAN

Di era yang modern ini, persaingan dalam dunia industri bergerak dinamis. Banyak merk-merk baru bermunculan dan setiap merk akan terus berinovasi, sehingga konsumen diberikan banyak pilihan (Hafiz, 2016). Perusahaan harus bisa terus berinovasi agar tidak terancam dalam persaingan pasar. Selain itu, perusahaan harus bisa mengerti dan memperhatikan Perilaku Konsumen, apakah produk tersebut mampu di terima konsumen atau sebaliknya konsumen akan menolaknya. Sumarwan (2015:04) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua proses yang dilakukan dan proses psikologis konsumen ketika akan membeli, saat membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa setelah itu konsumen akan masuk pada tahap mengevaluasi produk atau jasa tersebut.

Konsumen akan melakukan pertimbangan saat membeli, salah satunya memilih produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:348), jika semakin meningkatnya nilai kualitas sebuah produk, maka akan mendorong konsumen untuk membeli produk. Berdasarkan hasil penelitian Grace dkk. (2015), bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk mempengaruhi Konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian pakaian merek Zara di Galaxy Mall Surabaya. Begitupula dengan penelitian yang

dilakukan Debora dan Budiarti (2016), mengatakan jika semakin tinggi kualitas produk maka akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada Clothing Store Cosmic Cabang Surabaya. Menurut penelitian yang dilakukan Alfred (2013), menunjukkan jika variabel harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan konsumen menganggap bahwa variabel harga dan kualitas dalam situasi pembelian mereka. Sedangkan, menurut penelitian Pajaree (2013), Atribut Kualitas Produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian Konsumen Thailand khususnya di tiga kategori produk (elektronik, mobil dan keperluan rumah tangga).

Menurut Kotler dan Keller (2007:81), menyatakan bahwa konsumen akan melakukan pembelian jika konsumen mengetahui informasi tentang harga produk di saat itu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Faedah (2016), menunjukkan bahwa terdapat variabel produk dan variabel harga mempengaruhi proses membeli produk pakaian Lea di Showroom Kota Samarinda, serta variabel produk lebih memiliki pengaruh yang tinggi untuk konsumen melakukan proses membeli produk tersebut. Menurut penelitian Mahmudah dan Tiarawati (2013), Kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan Kenesei dan Todd (2003), bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Selain itu, berdasarkan

penelitian Ivana dan Gregurec (2015), bahwa sebagian besar keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan perusahaan.

Saat ini salah satu sektor industri di Indonesia yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan sehingga memiliki potensi menjadi salah satu sektor industri unggulan adalah Industri Pakaian (Buwono, 2015). Pada tahun 2016, Industri pakaian menempati peringkat ke 4 dari 10 kelompok hasil industri Indonesia dengan nilai ekspor terbesar, maka peran industri pakaian cukup besar karena berada pada peringkat 4 dibawah industri makanan, industri bahan kimia dan industri logam. Dengan potensi tersebut, menjadikan kekuatan bagi produsen-produsen produk pakaian untuk terus meningkatkan bisnisnya. Selain industri pakaian terdapat pula industri kulit yang masuk dalam 10 hasil , industri dengan nilai ekspor terbesar.

Salah satu hasil industri kulit yang saat ini potensinya berkembang dan masuk dalam kategori pakaian adalah produk jaket kulit. Menurut Kompas.com (2009), penjualan produk jaket kulit sudah merambah ke pasar Internasional, karena kualitasnya yang baik dan sesuai dengan permintaan pasar.

**Tabel 1**  
**Daftar jumlah desa pengrajin kulit**

No	Provinsi	Jumlah Desa
1	Lampung	22
2	Bali	42
3	Sumatra Utara	59
4	Sumatra Barat	96
5	DKI Jakarta	101
6	Yogyakarta	116
7	Banten	220
8	Jawa Tengah	433
9	Jawa Barat	530
10	Jawa Timur	709

Sumber : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (2016)

Menurut tabel 1 provinsi Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki desa dengan industri kerajinan kulit paling banyak di Indonesia, jumlah industri kecil dan mikro kerajinan dari kulit di provinsi paling timur pulau Jawa tersebut mencapai 709 desa, mengalahkan Jawa Barat dan Jawa Tengah.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah terpopuler di Jawa Timur untuk kerajinan jaket kulit. Menurut

Wisatasidoarjo.com (2017), selain terkenal dengan kulinernya, Sidoarjo juga terkenal sebagai pusat kerajinan kulit seperti tas, jaket, dompet, koper dan kerajinan kulit lainnya dan kepopuleran daerah ini sebagai pusat kerajinan kulit sudah dimulai sejak 1970-an.

Daerah di Kabupaten Sidoarjo yang terkenal dengan Kerajinan Jaket kulitnya adalah Kecamatan Tanggulangin. Menurut wisatasidoarjo.com (2017), dengan jumlah pengerajin kulit yang cukup banyak, hal ini menjadikan Tanggulangin sebagai pusat Pengerajin Kulit terbesar di Kabupaten Sidoarjo. Salah satu pusat Kerajinan Kulit di kecamatan Tanggulangin berada di Desa Kludan, disini banyak berdiri Rumah Produksi dan Toko-toko yang menjual Jaket Kulit.

UD. BACHTIAR merupakan pengerajin jaket kulit yang paling tinggi omset penjualannya di tahun 2017. UD. BACHTIAR merupakan salah satu dari sekian banyak produsen-produsen Jaket Kulit, dengan memiliki satu rumah produksi dan tiga toko menjadikan UD. BACHTIAR salah satu produsen Jaket Kulit terbesar di Desa Kludan.

Pangsa pasar UD. BACHTIAR meningkat dari 8,59% di tahun 2015 menjadi 9,37% di tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa Jaket Kulit produksi UD. BACHTIAR berpeluang besar di pasar khususnya Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin. Dalam pengerjaannya UD. BACHTIAR memiliki tenaga kerja yang handal dan berpengalaman sehingga produk Jaket Kulit yang dihasilkan memiliki kualitas pengerjaan yang baik, hal ini dapat dilihat dari bentuk Jaket Kulit yang tidak berkerut, jahitannya rapi, ukuran yang presisi dan lain-lain. Selain itu, dengan pekerja yang handal dan berpengalaman menjadikan konsumen lebih leluasa memilih model Jaket Kulit yang diinginkan. Menurut Taufik Bachtiar selaku pemilik UD. BACHTIAR, dalam menerima konsumen UD. BACHTIAR berupaya memberikan yang terbaik, seperti selalu mempersilahkan dengan ramah (senyum, salam, sapa) kepada calon konsumen, bersikap sabar dalam menghadapi calon konsumen dan memberikan informasi secara jelas kepada konsumen tentang karakteristik Jaket Kulit agar konsumen mengerti, percaya dan lebih tertarik membeli di UD. BACHTIAR. Konsumen bisa langsung membeli Jaket Kulit dalam bentuk jadi (*Display*) atau dengan memesan (*PreOrder*).

Menurut Taufik Bachtiar selaku pemilik UD. BACHTIAR, Beliau mengaku dalam proses pembuatannya tidak mengurangi kualitas dan tetap bersaing dalam segi harga, namun perkembangan penjualan jaket kulit dari tahun 2015

mengalami penurunan, padahal jika dilihat dari pangsa pasar di desa kludan mengalami peningkatan.

**KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2009:143), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan seluruh karakteristik produk dan jasa yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283), menyatakan bahwa kualitas produk adalah bagaimana suatu produk dapat memberikan fungsinya, yakni termasuk durabilitas, reabilitas, kemudahan pengoprasian, ketepatan, reparasi dan juga atribut produk lainnya. Indikator dalam penelitian ini menggunakan dari Grace dkk. (2015) diantaranya Kinerja, Tampilan dan Kemampuan pelayan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Grace dkk. (2015), bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk mempengaruhi Konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian pakaian merek Zara di Galaxy Mall Surabaya. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan Debora dan Budiarti (2016), bahwa semakin baik kualitas produk maka berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada Clothing Store Cosmic Cabang Surabaya. Menurut penelitian yang dilakukan Alfred (2013), menunjukkan bahwa konsumen menganggap bahwa variabel kualitas dan harga mempengaruhi mereka dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Sedangkan, menurut penelitian dari Pajaree (2013), Atribut Kualitas Produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian Konsumen Thailand khususnya di tiga kategori produk (elektronik, mobil dan keperluan rumah tangga).

**Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah suatu nilai yang ditentukan dan diberikan kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan setelah menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:465), mendefinisikan bahwa harga adalah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang mendukung untuk mendapatkan suatu produk. Indikator dalam penelitian ini menggunakan dari Faedah (2016) diantaranya Harga dan Pencarian Harga Terendah.

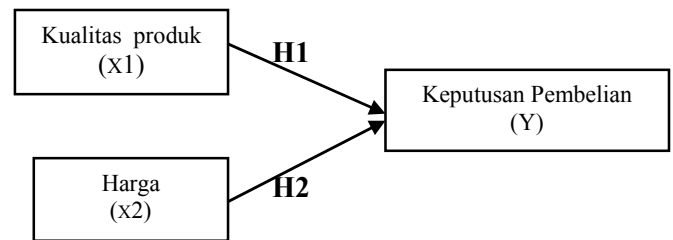
Berdasarkan penelitian yang dilakukan Faedah (2016), menunjukkan bahwa terdapat variabel produk dan variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian pada pakaian merk Lea di kota, variabel produk yg lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut penelitian Mahmudah dan Tiarawati (2013), Kualitas

produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan Kenesei dan Todd (2003), bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Selain itu, berdasarkan penelitian Husic dan Gregurec (2015), bahwa sebagian besar keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan perusahaan.

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah riset konklusif dengan menggunakan rancangan riset deskriptif, penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif. Menurut Malhotra (2009 : 100) penelitian deskriptif bertujuan mencari bukti hubungan sebab akibat melalui pengaruh yang ditimbulkan antara variabel eksogen dan variabel endogen pada suatu fenomena dan untuk menunjukkan sifat hubungan antara variabel independen dan pengaruh yang akan diperkirakan.

Adapun rancangan penelitian ini dibuat untuk mengetahui apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Diolah oleh penulis

**Gambar 1 Rancangan Penelitian**

Lokasi penelitian di UD. BACHTIAR Tanggulangin, Sidoarjo. Responden dalam penelitian ini sudah pernah membeli Jaket Kulit UD. BACHTIAR BACHTIAR dengan usia minimal 20 tahun, selain mampu memahami isi angket dan memberikan informasi secara jelas bagi peneliti, usia 20 tahun merupakan usia kerja yang mampu membeli produk Jaket Kulit. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobabilitas sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 210 responden. Peneliti menggunakan angket yang telah terstruktur dimana angket disebar kepada responden. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada responden konsumen Jaket Kulit UD. BACHTIAR. Wawancara dilakakukan kepada responden sebelum pemberian angket untuk mengetahui kesesuaian seseorang dengan karakteristik populasi yang telah

ditentukan. Dokumentasi dapat berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara membaca, memahami, serta mempelajari buku literatur, jurnal atau artikel terkait. Peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mencari informasi, serta untuk mengetahui gambaran responden. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan menggunakan regresi linier berganda sebagai alat analisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total responden berjumlah 210 menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi yaitu 97,2%, hal ini dikarenakan laki-laki lebih banyak membutuhkan produk Jaket Kulit. Responden yang mendominasi berdasarkan umur adalah responden dengan umur 31-40 tahun yaitu 35,2%, hal ini dikarenakan umur 31-40 tahun sudah bekerja dan mampu membeli produk Jaket Kulit. Responden yang mendominasi berdasarkan pekerjaan adalah responden dengan pekerjaan wirasaha, hal ini dikarenakan saat penyebaran angket responden yang paling banyak ditemui adalah wirasaha. Responden yang mendominasi berdasarkan pendapatan adalah responden dengan pendapatan lebih dari Rp4.000.000, hal ini dikarenakan dengan penghasilan lebih dari Rp4.000.000 maka mampu untuk membeli produk Jaket Kulit.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara menyebar angket kepada 30 responden terlebih dahulu untuk mengetahui kevalidan dari masing-masing pernyataan. Responden sejumlah 30 orang ini tidak termasuk dalam 210 responden penelitian. suatu pernyataan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai r-hitung  $>0,361$ . Bagi pernyataan angket yang memiliki nilai r-hitung  $>0,361$  akan dipertahankan dan pernyataan angket dengan nilai r-hitung  $<0,361$  akan diganti atau dihilangkan. (Ghozali, 2016:52).

### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, maksudnya adalah jumlah skor butir pernyataan dengan variasi total skor  $\geq 0,70$  keseluruhan butir pernyataan (Ghozali, 2012:47). Uji reabilitas ini dilakukan pada 30 responden dan tidak termasuk 210 responden. Bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,70 sehingga dikatakan Reliabel.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah regresi, kemudian agar data dapat digunakan dalam uji F dan uji t maka variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi tersebut tidak sesuai, maka uji statistik

menjadi tidak valid untuk menguji normalitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametric Kolmogroo-Smirnoo (K-S), jika nilai K-S jauh diatas  $\alpha=0,05$  berarti data terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2013:160). Hasil uji normalitas k nilai signifikan uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 yaitu 0,2 maka dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

### Uji Multikorelitas

Uji multikolineritas digunakan mengetahui apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas (Independent), hal ini dikarena model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (Independen). Multikolineritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Adanya multikolineritas ditunjukkan dengan nilai tolerance  $\geq 0,01$  atau VIF  $\leq 10$  (Ghozali, 2013:105). Hasil uji multikolonieritas nilai tolerance inovasi produk dan citra merek sebesar 0,925 lebih besar dari 0,10 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolonieritas. Nilai VIF inovasi produk dan citra merek sebesar 1,081 kurang dari 10 artinya tidak terjadi multikolonieritas antar variabel

### Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menerapkan uji glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variable kualitas produk dan harga dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil uji heterokedastisitas nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,985 dan harga sebesar 0,216 yang lebih dari 0,05 artinya model penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	Constant	2,428	1,363		1,781	,076
	TotalX1	,633	,040	,722	15,795	,000
	TotalX2	,228	,071	,146	3,204	,002

Sumber: Diolah peneliti (output spss 23)

Hasil analisis regresi tabel 2 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,428 + 0,633X_1 + 0,228X_2$$

Berdasarkan tabel 2 dijelaskan bahwa hasil dari uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

Nilai konstanta adalah 2,428 diartikan bahwa jika responden tidak mempertimbangkan Kualitas Produk dan Harga melainkan mempertimbangkan variabel lain maka tingkat Keputusan Pembelian terhadap Jaket Kulit UD. BACHTIAR tetap terjadi.

Nilai koefisien variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,633. Tanda positif pada koefisien regresi melambangkan hubungan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) memiliki arah yang sama. Artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka berdampak semakin tingginya Keputusan Pembelian.

Nilai koefisien variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 0,288. Tanda positif pada koefisien regresi menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Harga ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Artinya semakin tinggi Harga ( $X_2$ ) yang diberikan, maka semakin mempengaruhi konsumen dalam cepat memutuskan pembelian.

#### **Hipotesis 1**

Nilai thitung  $X_1$  sebesar 15,795 didukung dengan nilai sign. sebesar 0,00 yang lebih kecil dari pada 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat dikatakan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikansi terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

#### **Hipotesis 2**

Nilai thitung  $X_2$  sebesar 3,204 didukung dengan nilai sign. sebesar 0,02 yang lebih kecil dari pada 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

#### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit.**

Nilai thitung  $X_1$  sebesar 15,795 didukung dengan nilai sign. sebesar 0,00 yang lebih kecil dari pada 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hal ini sesuai pendapat Kotler dan Armstrong (2008:348), mengatakan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka semakin memberikan kesempatan lebih kepada konsumen untuk mengambil Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Grace dkk. (2015), bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk mempengaruhi Konsumen dalam

melakukan Keputusan Pembelian pakaian merek Zara di Galaxy Mall Surabaya. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan Debora dan Budiarti (2016), bahwa semakin baik kualitas produk akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada *Clothing Store Cosmic* Cabang Surabaya. Menurut penelitian yang dilakukan Alfred (2013), bahwa kualitas suatu produk dan penetapan suatu harga mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, karena mereka (konsumen) menganggap kualitas dan harga dalam situasi pembelian. Sedangkan, menurut penelitian Pajaree (2013), Atribut Kualitas Produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian Konsumen Thailand khususnya di tiga kategori produk (elektronik, mobil dan keperluan rumah tangga).

Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 Indikator yaitu Kinerja, Tampilan dan Kemampuan Pelayanan. Dalam indikator Kinerja, item pernyataan "UD. BACHTIAR menawarkan jaket kulit dengan jenis kulit berkualitas" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4,042. Berdasarkan jawaban responden, bisa diartikan konsumen secara keseluruhan memerhatikan Kualitas Produk Jaket Kulit yang diproduksi UD. BACHTIAR. Hal ini dikarenakan konsumen menyesuaikan dengan kinerja atau fungsi utama produk tersebut, berbagai fungsi dari jaket kulit seperti outfit pelindung disaat berkendara, outfit untuk bekerja atau sekedar *outfit fashion* untuk sehari-hari, sehingga konsumen ingin mendapatkan produk dengan kualitas yang baik.

Karakteristik responden yang membeli jaket kulit didominasi rentang usia 31-40 tahun, karena pada usia tersebut pelanggan sudah mampu untuk membeli jaket kulit dan menggunakan jaket kulit pada berbagai aktivitas seperti berkendara dan bekerja. Jenis pekerjaan yang paling dominan adalah wirausaha, hal ini dikarenakan wirausaha memiliki pendapatan yang mampu untuk membeli jaket kulit. Sedangkan pendapatan yang paling mendominasi adalah >Rp4.000.000, karena dengan jumlah pendapatan tersebut sudah mampu untuk membeli produk jaket kulit yang memiliki harga sekitar Rp 1.000.000.

#### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit**

Nilai thitung  $X_2$  sebesar 3,204 didukung dengan nilai sign. sebesar 0,02 yang lebih kecil dari pada 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hal ini sejalan dengan pendapat dari Kotler dan Keller (2007:81), yang menyatakan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi

oleh bagaimana konsumen mengerti soal harga dan apa yang konsumen anggap harga aktual sekarang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Faedah (2016), mengatakannya bahwa terdapat pengaruh variabel produk dan variabel harga baik parsial atau simultan terhadap keputusan pembelian pakaian Lea di kota Samarinda, adapun variabel produk lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan Jailani (2013), menunjukkan adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian kaos Cak Cuk. Kedua, terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian kaos Cak Cuk. Menurut penelitian Mahmudah dan Tiarawati (2013), variabel kualitas produk, citra merek dan harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan Kenesei dan Todd (2003), bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Selain itu, berdasarkan penelitian Husic dan Gregurec (2015), bahwa sebagian besar keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan perusahaan.

Variabel Kualitas Produk (X2) dalam penelitian ini diukur menggunakan 2 Indikator yaitu Potongan Harga dan Pencarian Harga Terendah. Dalam indikator Harga (X2), item pernyataan "UD. BACHTIAR memberikan potongan harga untuk beberapa event tertentu (promo harui raya, promo akhir tahun dll)" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4,047. Berdasarkan jawaban responden, bisa diartikan konsumen secara keseluruhan memperhatikan Harga Produk Jaket Kulit yang diproduksi UD. BACHTIAR.

Karakteristik responden yang membeli jaket kulit didominasi rentang usia 31-40 tahun, karena pada usia tersebut pelanggan sudah mampu untuk membeli jaket kulit dan menggunakan jaket kulit pada berbagai aktivitas seperti berkendara dan bekerja. Jenis pekerjaan yang paling dominan adalah wirausaha, hal ini dikarenakan wirausaha memiliki pendapatan yang mampu untuk membeli jaket kulit. Sedangkan pendapatan yang paling mendominasi adalah > Rp4.000.000, karena dengan jumlah pendapatan tersebut sudah mampu untuk membeli produk jaket kulit yang memiliki harga sekitar Rp 1.000.000.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit, serta terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit, studi pada UD. BACHTIAR Tanggulangin, Sidoarjo.

Setelah adanya penelitian ini dapat direkomendasikan bagi penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian dengan mengambil variabel lainnya, hal ini dikarenakan hasil kontribusi variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh 59,6% terhadap Keputusan Pembelian Jaket Kulit, sedangkan masih terdapat sisa sebesar 40,4% yang dipengaruhi variabel lain, seperti variabel Bauran Promosi yang mampu memberikan daya tarik langsung kepada konsumen, variabel Citra Merk karena UD. BACHTIAR merupakan salah satu penjual Jaket Kulit terbesar di Kludan, Tanggulangin atau variabel lainnya yang sesuai dengan objek penelitian yang mampu mendorong konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred. 2013. Influences Of Price and Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*. Vol.5 No.1
- Buwono, Akbar . 2015. *Kemendag Berharap Ekspor Produk Fashion Meningkat 15 Persen 2016* .(Online).( <http://beritaderah.co.id/2015/04/29/kemendag-berharap-ekspor-produk-fashion-meningkat-15-persen/> . diakses pada 12 Maret 2017).
- Faedah. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea pada Showroom Lea di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.4 No.1 237-249
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBS SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Edisi 7
- Grace, Mandasari, Suharyono dan Sunarti. 2015. Pengaruh Citra Merk Internasional dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap pembeli pakaian merek Zara di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. Vol.24 No.1
- Hafiz, Perkasa. 2016. *Seperti apa tren persaingan bisnis ke depan?2009* .(Online). (<http://marketeers.com/seperti-apa-tren-persaingan-bisnis-ke-depan/>. diakses pada 10 Maret 2017).
- Husic, Ivana and Iva Gregurec. 2015. The Influence Of Price On Consumer's Purchase Decision. *Journal of Organization and Informatics University of Zagreb*. No.2 23-25
- Jailani. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Cak

- Cuk di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*. Vol.1 No.2
- James C. Anderson, James B.L. Thomson and Finn Wynstr. 1997. Combining Value and Price to Make Purchase Decision in Business Markets. *Journal Study of Business Markets The Pennsylvania State University*.
- Kaharu, Debora dan Budiarti, Anindhyta. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.6 No.2
- Kenesei, Zsofia dan Sarah Todd. 2003. The Use of Price In The Purchase Decision. *Journal Of Emperical Generalisations In Marketing Science 8: 1-2*
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin L, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Maholtra, K. Naresh. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Mahmudah, Indah Siti dan Tiarawati, Monika. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 3 Mei 2013
- Merdeka. 2016. *Berburu kerajinan Kulit di Sentra Tanggulangin Sidoarjo 2016*. (Online).(<http://news.baca.co.id/4907565?origin=relative&pageId=a9efc734-e6b4-448f-8347-ae0ed82c418f&PageIndex=1> . diakses pada 10 Maret 2017).
- Pajaree, Ackaradejruangsri. 2013. The effect of product quality attributes on Thai consumers' buying decisions. *Journal of Asia Pacific Studies Volume 33, 2013*
- RA-Leather.com. 2016. "Tentang Jaket Kulit". (Online). (<http://www.ra-leather.com/content/Tentang-Kami>. Diakses pada 9 Maret 2017)
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tim Penyusunan. 2014. *Pedoman penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya: UNESA Press
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- \_\_\_\_\_. 2009. *Jaket Kulit Garut Tembus Pasar Luar Negeri 2009*. (Online).(<http://lifestyle.kompas.com/read/2009/05/24/09332318/Jaket.Kulit.Garut.Tembus.Pasar.Luar.Negeri/>. diakses pada 10 Maret 2017).
- \_\_\_\_\_. 2017. *Sentra Kerajinan Kulit Tanggulangin 2017*. (Online).(<http://www.wisatasidoarjo.com/sentra-kerajinan-kulit-tanggulangin/> . diakses pada 10 Maret 2017).
- \_\_\_\_\_. 2015. *Busana Mencerminkan Kepribadian 2015*. (Online). (<https://ofamni.com/busana-mencerminkan-kepribadian/>.diakses pada 08 Maret 2017).
- \_\_\_\_\_. 2016. *Jawa Timur, Provinsi dengan jumlah pengerajin kulit terbanyak 2016*. (Online).(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/10/24/jawa-timur-provinsi-dengan-desa-pengrajin-kulit-terbanyak/> . diakses pada 12 Maret 2017).