

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “SUSU MAK TAM KEDIRI”

\*Fitria Nurlita Purwanti dan Muhammad Edwar

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Jl Ketintang, Surabaya 60231, Jawa Timur

Abstrak : Perkembangan Kota Kediri yang semakin pesat mengakibatkan banyaknya persaingan bisnis semakin kuat. Persaingan yang semakin pesat menyebabkan produsen berlomba – lomba dalam memberikan produk minuman yang berkualitas dan mempunyai harga yang relatif terjangkau. Dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Susu Mak Tam Kediri. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran angket kepada 285 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil analisis yang menguji harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian pada konsumen Susu Mak Tam Kediri, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang sangat dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan Susu mak Tam

Abstract: The rapid development of city of Kediri resulted stronger business competition among entrepreneur . That causing a competition among manufacturers in providing a quality beverage products and having relatively affordable price. This research aims to prove the effect of price and product quality toward consumer purchasing decision on Mak Tam Milk Kediri. Primary data was collected by distributing questionnaire to 285 respondents. The analysis technique in this research is multiple linear regression. Based on the analysis, it can be concluded that the price and quality of products influence the purchase decision. in the other hand, quality product has the most dominant influence on purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Bisnis di Kota Kediri semakin banyak dan berkembang secara pesat.

Perkembangan bisnis yang mulai pesat membuat kondisi persaingan semakin ketat. Konsumen dihadapkan pada berbagai jenis pilihan produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Satu fakta yang tetap bertahan adalah kebutuhan dan keinginan manusia selalu berlimpah. Perusahaan-perusahaan bisnis pun perlu melakukan tugasnya dengan lebih baik lagi untuk mengidentifikasi berbagai kebutuhan yang mendesak, menemukan produk-produk yang lebih baik, melakukan kegiatan periklanan dan penyerahan produk-produk itu secara lebih efisien sehingga para konsumen dapat dengan mudah memperolehnya.

Ketika persaingan semakin kuat, desain menawarkan suatu cara potensial untuk mendiferensiasikan serta memosisikan produk dan jasa perusahaan. Dalam pasar yang semakin cepat ini, harga dan teknologi tidaklah cukup. Desain merupakan faktor yang memberi keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Persaingan ini ditandai dengan semakin banyaknya produsen minuman di Kota Kediri. Dibawah ini jumlah produsen minuman yang ada di Kota Kediri saat ini :

Tabel 1.1

Daftar jenis minuman yang ada di Kediri

NO	Jenis Minuman	Jumlah
1.	Teh	± 6 produsen
2.	Coklat	± 4 produsen
3.	Cappucinno Cincau	± 10 produsen
4.	Susu	± 7 produsen

Sumber : peneliti

Menurut Kotler (2009:13) Tren mengungkap bentuk masa depan dan memberikan banyak peluang. Karena telah menjadi tren di Kota Kediri, saat ini sudah ada pesaing dengan jenis minuman yang sama. Jenis minuman susu racik yang mulai bermunculan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Tabel nama produsen dan penjualan

No	Nama Produsen	Rata - rata penjualan per hari
1.	Susu Mak tam	500 - 600 cup per hari
2.	Susu Gothy	200 - 300 cup per hari
3.	Susu Mbok Darmi	100 - 200 cup per hari

Sumber : peneliti

Pada susu Mak Tam juga memperhatikan harga yang diberikan kepada konsumen. Harga yang ditetapkan oleh pengusaha ini

dapat dijangkau oleh semua kalangan. Menurut Fandy Tjiptono (2008) harga yang ditetapkan atas suatu produk harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan pasar. Selain itu sedapat mungkin mencegah timbulnya persaingan sengit. Banyak konsumen yang mempercayai Susu Mak Tam ini adalah susu yang kualitasnya sangat baik dengan harga yang terjangkau terbukti dengan harga yang ditetapkan tersebut namun produsen mampu memberikan susu murni yang terjamin kualitasnya. Susu ini tidak bisa tahan lama karena tidak mengandung bahan pengawet sama sekali. Dengan harga yang diberikan tersebut konsumen masih bisa menjangkau dan konsumen mendapatkan susu yang berkualitas yang bermanfaat pula untuk kesehatan mereka. Hal ini yang menyebabkan konsumen lebih memilih untuk memutuskan membeli susu Mak Tam daripada produk yang lain yang sejenis.

Tabel 1.3

Berikut daftar varian rasa dan harga dari Susu Mak Tam

Varian Rasa	Harga
Milk Oreo Chocolate	Rp 6000,-
Milk Black Cincau Chocolate	Rp 6000,-
Milk Green Dawet	Rp 6000,-

Chocolate Milk Cappucinno	Rp 5000,-
Chocolate Milk Tea Chocolate	Rp 5000,-
Chocolate Milk Soda	Rp 5000,-
Chocolate Original Milk	Rp 5000,-

Sumber : Peneliti

Sehubungan dengan semakin berkembang pesat mempunyai konsumen yang banyak bisnis yang berbau minuman susu segar ini maka peneliti ingin meneliti dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Mak Tam Kediri ”**.

#### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini :

1. Variabel mana yang sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Susu Mak Tam Kediri ?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Susu Mak Tam Kediri ?

#### KAJIAN PUSTAKA

##### **Keputusan Pembelian**

Schiffman dan Kanuk (2000) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Setiadi (2003) menyatakan bahwa “inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya”.

### Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2008) “agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat”. Pengertian harga menurut Kotler (2008:62) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Fandy Tjiptono (2008) menyatakan bahwa “Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa”.

### Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk menurut Kotler (2008) adalah “karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan”.

Laksana (2008) menyatakan bahwa “kualitas terdiri dari dari sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk”.

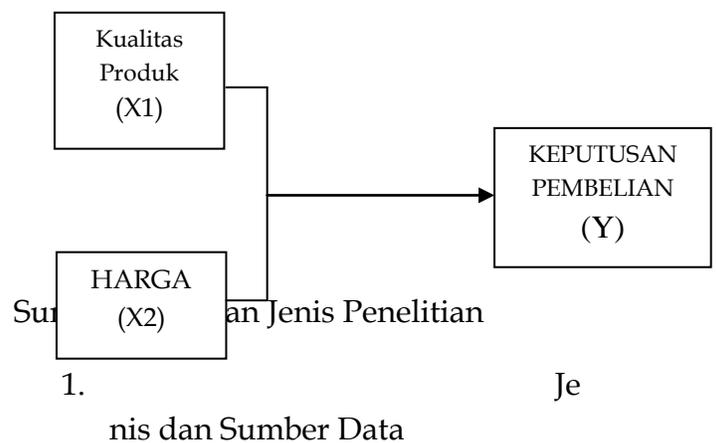
### HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis disusun berdasarkan kerangka pemikiran tersebut bahwa :

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan

### METODE PENELITIAN



- a. D  
ata Primer  
Data primer diperoleh dari responden yang digunakan adalah konsumen yang sedang membeli susu Mak Tam Kediri dan mau dijadikan sebagai responden dari penelitian ini.
- b. D  
ata Sekunder  
Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari hasil laporan tertulis/dokumen perusahaan, hasil penelitian - penelitian terdahulu dan literatur - literatur terkait dengan judul penelitian yang diperoleh dari buku dan internet.
2. P  
opulasi  
Menurut Zuriyah (2006:116) mendefinisikan bahwa populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. jadi, populasi berhubungan dengan data, bukan faktor manusianya. Berdasarkan judul dari penelitian ini, dapat terlihat jelas sudah bahwa penelitian ini akan dilakukan di kedai Mak Tam yang ada di Kota Kediri. Populasi yang akan diambil adalah konsumen dari

Susu Mak Tam yang ada di Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi terbatas, yaitu populasi pembeli susu mak tam selama seminggu sekitar 1057 pembeli.

3. S  
ampel

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Sedangkan menurut Zuriyah (2006) sampel sering didefinisikan sebagai bagian dari populasi, sebagai contoh (*master*) yang diambil dengan menggunakan cara - cara tertentu. Berdasarkan populasi yang ada peneliti memutuskan untuk memilih pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non -probability sampling*. Selanjutnya dengan teknik ini peneliti memutuskan untuk menggunakan *convenience sampling*. Berdasarkan tabel Kercjie dengan populasi sekitar 1057 pembeli dalam seminggu. Angka populasi ini menurut tabel Kercjie mendekati angka 1100 pembeli maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 285 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F menurut Ghozali (2007) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau *F test*, maka dapat diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 208.454 dengan nilai signifikansinya sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai alpha 0.05 sehingga harga dan kualitas produk secara bersama – sama mempengaruhi keputusan pembelian.

### Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2007) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas yaitu *bonus pack* dan *price discount* secara parsial memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat yaitu *impulse buying*. Berdasarkan hasil uji t dapat

dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan Uji t adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $t_{hitung}$  harga (X1) sebesar dengan nilai probabilitas signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga diputuskan untuk menolak  $H_0$ , sehingga berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa harga (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pelanggan di Susu Mak Tam Kediri.
2. Nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk (X2) sebesar 9,481 dengan nilai probabilitas signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga diputuskan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , sehingga berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian impulsif (Y) pada pelanggan Susu Mak Tam Kediri.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai korelasi parsial ( $r$  parsial) pengaruh harga sebesar 0,335 dan beta sebesar 0,321, nilai  $r$  parsial variabel kualitas produk sebesar 0,492

dan beta sebesar 0,510. Selain itu juga menunjukkan perbandingan nilai beta dari tiap variabel bebas, maka dapat diketahui bahwa variable kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai beta sebesar 0,510

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa pada variabel kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa dalam memutuskan untuk membeli konsumen mlihat terlebih dahulu kualitas produk yang ada pada produk yang akan dibeli.
2. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen yaitu

harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian Susu Mak Tam di Kita Kediri. Hal ini berarti kedua variabel dianggap penting oleh konsumen ketika melakukan keputusan pembelian Susu Mak Tam.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dikemukakan saran - saran sebagai berikut :

1. Mengingat persaingan yang semakin ketat dengan bermunculannya bisnis minuman yang sejenis maka disarankan untuk perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan faktor yang dominan dalam penelitian ini adalah kualitas produk maka konsumen dalam membeli produk ini dilihat dari kualitas produknya yang baik.
2. Perusahaan dapat menambah varian rasa agar konsumen semakin banyak dan tidak bosan dengan varian rasa yang diberikan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David. 1997. *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.

Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Assael, H.1998. *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Edisi keempat. Boston: PWS Kent

- Engel, J. F, dkk. 2006. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid Kedua. Penerjemahan oleh F.X.Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. F, dkk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kesatu. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Ghanimata, Fifyanita.2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pembeli produk bandeng juwana elrina Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [http://www.Id.m.wikipedia.org/wiki/kota\\_kediri.html](http://www.Id.m.wikipedia.org/wiki/kota_kediri.html)
- <http://www.Id.m.wikipedia.org/wiki/susu.html>
- <http://www.organisasi.org/1970/01/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-penetapan-harga-manajemen-pemasaran.html>
- <http://www.susumaktam.blogspot.com>
- Isyanto, Puji. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry pada mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 09, No. 4 Juli 2012
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid Kesatu Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigaabelas. Jilid Satu. INDEKS.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigaabelas. Jilid Dua. INDEKS.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- kriyanto, Rahmat.2006.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta:PT.Kencana Prenada Media Group
- Lembang, Rosvita Dua. 2010. "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan PembelianTeh Siap Minum Dalam KemasanMerek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler di Universitas Diponegoro)*". Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- [m.kompasiana.com/post/read/700128/2/fenomena-persusuan.html](http://m.kompasiana.com/post/read/700128/2/fenomena-persusuan.html)

- Malhotra, N. K 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jilid Kesatu Terjemahan. Jakarta: PT. Indeks.
- Mowen, Jhon C. Dan Michael S. Minor. 2002. *perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Purwati. 2012. *pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)*. Politeknik Negeri Sriwijaya
- Schiffman, Leon G. Dan Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*. Edisi ketujuh. New York : Prentice Hall
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariate Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2000. *Metode Penelitian*. Jakarta. : Survey LP3ES.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara