

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERAJINAN DAUR ULANG PADA KONSUMEN UKM TRIS FLOWER DI JAMBANGAN

EDWIN TRI LAKSONO

S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, edwinlaksono123@gmail.com

Muhammad Edwar

Dosen Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER Di Jambangan. Populasi dalam penelitian ini semua pemakai produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, Teknik sampling yang digunakan adalah metode Accidental Sampling. Sampel pada penelitian ini sebanyak 64 responden yang diketahui dengan menggunakan Rumus Slovin. Pengumpulan data dengan menggunakan angket dan pengujian data dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows. Teknis analisis data yang digunakan berupa uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Secara parsial kualitas produk, harga dan promosi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan urutan tertinggi promosi sebesar 0,445, diikuti kualitas produk sebesar 0,156 dan terendah adalah harga sebesar 0,128.

Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

Abstract

This research has a purpose to analyze the effect of product quality, price, and promotion of the product purchase decisions on consumer recycled UKM TRIS FLOWER In Jambangan. The population in this study is that all users of the product recycled craft UKM TRIS FLOWER. This type of research is descriptive with quantitative approach, the sampling technique used was accidental sampling method. Samples in this study as many as 64 respondents who are known by using Slovin formula. Collecting data using questionnaires and test data using SPSS 16.0 for Windows. Technical analysis of the data used in the form of classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing. The results showed that (1) the quality of the product, price, promotion and simultaneously significant effect on purchasing decisions. (2) partial product quality, price, and promotion of each significant influence on purchasing decisions with the promotion of the highest order of 0,455, followed by product quality of 0,156 and is price of 0,128.

Keywords: product quality, price, promotion, purchase decision.

PENDAHULUAN

Sampah merupakan limbah yang dianggap tidak berguna dan tidak berharga. Banyak masalah yang timbul karena sampah misalnya sampah menimbulkan bau tak sedap, sampah dapat menimbulkan banjir, sampah sebagai sumber penyakit. Sampah yang dulunya dianggap barang yang tidak bermanfaat di tangan seorang pengrajin sampah diubah menjadi produk kerajinan yang bernilai jual tinggi.

TRIS FLOWER merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menekuni seni kerajinan yang berbahan baku sampah plastik sejak tahun 2006. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis didapat bahwa UKM TRIS FLOWER ramai dikunjungi konsumen dan mampu mempertahankan eksistensinya

daripada pesaingnya. UKM TRIS FLOWER senantiasa menciptakan produk yang berkualitas dengan memilih bahan baku sampah yang masih dalam kondisi baik kemudian dijadikan berbagai macam produk kreatif yang unik dan bernilai jual tinggi. Kotler dan Amstrong (2001:354) mendefinisikan “kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya”. Pada proses penjahitan, UKM TRIS FLOWER menggunakan mesin jahit sehingga membuat produk daur ulang ini memiliki jahitan yang rapi dan kuat. Selain itu produk UKM TRIS FLOWER memiliki kombinasi warna maupun desain yang menarik yang berbeda dengan produk pesaing.

Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Tjiptono (2014:193) “harga sebagai jumlah uang atau satuan moneter dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk/ jasa”. Swasta dan Irawan (2008 : 241): mendefinisikan harga adalah “Jumlah uang yang digunakan di dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Jadi, dapat disimpulkan harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Promosi dari UKM TRIS FLOWER sangat penting dilakukan supaya produknya dapat dikenali oleh konsumen. Tjiptono (2008:219) mendefinisikan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran. Laksana (2008:133) mendefinisikan bahwa “Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”. Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk atau jasa dari perusahaan dengan cara mempengaruhi para konsumen supaya membeli produk atau jasa tersebut. Promosi yang dilakukan UKM TRIS FLOWER melalui media iklan, seperti : internet, spanduk, brosur. Selain itu, UKM TRIS FLOWER juga sering mengadakan pameran dan potongan harga. Semakin gencarnya promosi yang diterapkan perusahaan diharapkan dapat memberitahukan keberadaan perusahaan tersebut dan mengenalkan produk sehingga dapat menciptakan permintaan konsumen.

Dari latar belakang tersebut maka didapat tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan

pembelian pada konsumen UKM TRIS FLOWER baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Jenis dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif pendekatan Kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di UKM TRIS FLOWER Jl. Jambangan III SD No 23 kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang membeli produk UKM TRIS FLOWER rata-rata dalam satu minggu sebanyak 175 pembeli. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang sedang membeli atau sesudah membeli secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, sugiyono (2009:85). Dimana sampel dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk UKM TRIS FLOWER. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2002) sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + Ne^2) \\ &= 175 / (1 + (175 \times 0,10^2)) \\ &= 63,6363 \end{aligned}$$

Keterangan:

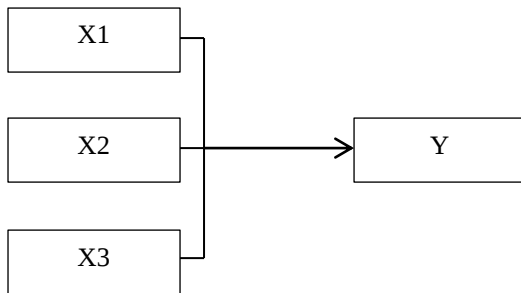
n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian sebesar %

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 63,6363 responden dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Sehingga sampel tersebut dibulatkan menjadi 64 Responden.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk (X1), harga (X2), promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dan dapat ditunjukkan dalam rancangan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Rancangan Penelitian

Keterangan:

- X1 : Kualitas Produk
- X2 : Harga
- X3 : Promosi
- Y : Keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan angket yang terstruktur dengan skala likert. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah dokumentasi dan observasi. Dimana dokumentasi digunakan untuk mengetahui catatan struktur organisasi, sejarah singkat dan gambaran umum tentang UKM TRIS FLOWER. Sedangkan observasi digunakan untuk memperoleh gambaran tentang UKM TRIS FLOWER dan Kondisi lingkungan sekitarnya. Kedua yaitu studi literatur dengan membaca buku, mempelajari jurnal dan buku-buku lain yang terkait. Serta yang ketiga yaitu angket. Angket digunakan guna memperoleh data untuk variabel X yaitu kualitas produk, harga, promosi dan data Y yaitu keputusan pembelian.

Teknik analisis data yang pertama yaitu uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan,

biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total (Ghozali, 2006). Jika menggunakan SPSS, dapat juga dilihat dari nilai sig.hitung, tidak valid jika nilai sig.hitung lebih besar dari 0.05, dan valid jika nilai sig.hitung lebih kecil dari 0.05.

Kedua, yaitu uji reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (ghazali, 2007:41). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) > 0,60 (nunnally, 1967).

Ketiga, adalah uji asumsi klasik. Dimana uji asumsi klasik dibagi menjadi 5 yaitu uji autokorelasi, Uji multikolonieritas, Uji normalitas, Uji heteroskedastisitas, dan Uji linieritas. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan periode t-1 (sebelumnya). Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linier atau tidak.

Setelah uji asumsi klasi peneliti melakukan Uji f dan Uji t. Dimana fungsi dilakukannya uji f adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Dan Uji t, pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual/parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Setelah itu analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen, secara individual/parsial ataupun secara bersama-sama/simultan (Sugiyono, 2004:190). Selain analisis regresi peneliti juga menggunakan Koefisien determinasi (R^2) adjusted R^2 untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas jika menggunakan SPSS, dapat juga dilihat dari nilai sig.hitung, tidak valid jika nilai sig.hitung lebih besar dari 0.05, dan valid jika nilai sig.hitung lebih kecil dari 0.05. Dapat diketahui bahwa nilai sig hitung dalam instrumen penelitian yang digunakan secara keseluruhan mempunyai nilai lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pada instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji autokorelasi nilai DW yang menjadi syarat terletak antara du dan (4-du), maka tidak terjadi autokorelasi. Durbin-Watson yang diperoleh sebesar 1.977 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6946 dan kurang dari (4-du) $4-1,6946 = 2,3054$. Kesimpulannya adalah tidak terjadi autokorelasi.

Uji multikolinieritas nilai tolerane yang menjadi syarat adalah 0.01 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Nilai tolerance yang diperoleh sebesar 0.257, 0.270, 0.469 >0.01 dan nilai VIF 3.891, 3.703, 2.131 <10. Maka kesimpulannya data tidak terjadi multikolinieritas

Uji normalitas penyebaran data yaitu data yang mengikuti garis diagonalnya maka data berdistribusi normal. Sebaran data yang diperoleh yaitu telah mengikuti garis diagonal. Maka kesimpulannya data berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas syarat penyebaran data diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi. Hasil yang

diperoleh adalah titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y Dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji linieritas syarat variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier jika taraf signifikansi <0.05. Dan hasil yang diperoleh berdasarkan uji F signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel bebas dan terikat mempunyai hubungan yang linier

Uji f syarat F tabel > F hitung dan taraf signifikansi < 0.05 maka variabel kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil yang diperoleh $73.270 > 2,758$ dengan tariff signifikansi $0.000 < 0.05$. Dan kesimpulannya adalah variabel kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji t syarat t tabel > t hitung dan taraf signifikansi < 0.05 maka variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil Kualitas produk $0.001 < 0.05$ Harga $0.004 < 0.05$ Promosi $0.000 < 0.05$. Kesimpulannya Kualitas produk harga dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,741 + 0,137X_1 + 0,273X_2 + 0,544X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai koefisien regresi konstanta sebesar 0,741 menyatakan bahwa apabila kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) diabaikan terjadi keputusan pembelian (Y). Artinya tanpa adanya pengaruh dari kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) masih terjadi aktivitas keputusan pembelian (Y) pada konsumen UKM TRIS FLOWER sebesar 0,741.

Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,137 berpengaruh positif dan signifikan terlihat dari nilai signifikan yaitu $0.001 < 0.005$. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk (X_1) meningkat

sebesar satu satuan, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian (Y) sebesar 0,137. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika produsen semakin mempertahankan kualitas produknya.

Koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,273 berpengaruh positif dan signifikan terlihat dari nilai signifikan yaitu $0.004 < 0.005$. Hal ini menunjukkan apabila harga (X2) meningkat sebesar satu satuan, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian (Y) sebesar 0,273. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika harga yang ditetapkan UKM TRIS FLOWER sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Koefisien regresi variabel promosi (X3) sebesar 0,544 berpengaruh positif dan signifikan terlihat dari nilai signifikan yaitu $0.000 < 0.005$. Hal ini menunjukkan apabila promosi (X3) meningkat sebesar satu satuan, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian (Y) sebesar 0,544. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika produsen menawarkan promosi yang menarik dan berkualitas.

Dari hasil analisis nilai Adjusted R Square sebesar 0,775. Hal ini menyatakan bahwa besarnya kontribusi pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen UKM TRIS FLOWER sebesar 77,5 %. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 22,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Dari hasil analisis nilai koefisien determinasi parsial (r^2) untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,156, variabel harga (X2) sebesar 0,128, dan variabel promosi sebesar 0,455 .

Pembahasan

Dari hasil analisis data yang dilakukan, maka pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) Terhadap Keputusan pembelian (Y) pada UKM TRIS FLOWER.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa kualitas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 77,5% sedangkan sisanya 22,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

Dari hasil uji F diketahui variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan jika terjadi perubahan pada kualitas produk (X1), harga (X2), promosi (X3) diikuti dengan perubahan pada keputusan pembelian (Y).

Pengaruh kualitas produk (X1) Terhadap Keputusan pembelian (Y) pada UKM TRIS FLOWER”

Kotler dan Amstrong (2001:354) mendefinisikan “kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya”

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,137. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,137. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika produsen semakin mempertahankan kualitas produknya.

Berdasarkan hasil uji t yang sudah dilakukan, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar 3,330 dengan nilai signifikansi 0.001 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.050. Hasil ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal

tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk UKM TRIS FLOWER maka keputusan pembelian semakin meningkat. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (r^2) untuk variabel kualitas produk sebesar 0,156 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan sebesar 15,6%. Penelitian ini menguatkan hasil penelitian Mustikasari (2014) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER berupa produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER memiliki jahitan yang rapi dan kuat, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER kecil kemungkinan mengalami kerusakan, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER nyaman jika digunakan, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER memiliki daya tahan yang lama, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER kuat dan tidak mudah sobek, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER mempunyai kombinasi warna yang menarik, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER memiliki model yang beragam, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER bebas dari cacat / kerusakan. Dari kedelapan pernyataan tersebut konsumen lebih terpengaruh dengan kualitas produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER memiliki daya tahan yang lama, kualitas produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER kuat dan tidak mudah sobek, produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER kecil kemungkinan mengalami kerusakan. Hal ini diketahui dari hasil jawaban responden yang terbesar dari kedelapan pernyataan tersebut.

Pengaruh Harga (X₂) Terhadap Keputusan pembelian (Y) pada UKM TRIS FLOWER.

Kotler dan Armstrong (2001:439) mendefinisikan “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari

nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, koefisien regresi variabel harga sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan apabila harga meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,273. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika harga yang ditetapkan UKM TRIS FLOWER sesuai dengan yang diharapkan konsumen

Berdasarkan hasil uji t yang sudah dilakukan, harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} variabel harga adalah sebesar 2.965 dengan nilai signifikansi 0.004 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.050, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (r^2) untuk variabel harga sebesar 0,128 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada UKM TRIS FLOWER sebesar 12,8%. Penelitian ini menguatkan hasil penelitian Dewantoro (2012) menyatakan bahwa harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga yang dilakukan oleh UKM TRIS FLOWER berupa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Dari keempat sub variabel tersebut konsumen lebih terpengaruh dengan adanya kesesuaian harga dengan manfaat. Manfaat dari produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER ini dapat berupa penunjang aktifitas konsumen sehari-hari dan produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER dapat digunakan sebagai penghias rumah. Selain itu harga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian yaitu keterjangkauan harga yang diberikan oleh UKM TRIS

FLOWER. Hal ini diketahui dari jawaban responden pada instrument penelitian ini.

Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER.

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,544. Hal ini menunjukkan apabila promosi meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,544. Artinya keputusan pembelian pada UKM TRIS FLOWER akan meningkat ketika produsen menawarkan promosi yang menarik dan berkualitas.

Berdasarkan hasil uji t yang sudah dilakukan, promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} variabel promosi adalah sebesar 7.092 dengan nilai signifikansi 0.000 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.050, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (r^2) untuk variabel promosi memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,455 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan sebesar 45,5%. Penelitian ini menguatkan hasil penelitian Sagita (2012) menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Promosi yang dilakukan oleh UKM TRIS FLOWER melalui media cetak seperti : spanduk,

selebaran dan media internet melalui website UKM TRIS FLOWER. Selain itu UKM TRIS FLOWER juga memberikan potongan harga yang menarik dan mengikuti pameran / demonstrasi untuk lebih mengenalkan produknya ke masyarakat luas. Promosi yang berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian seperti iklan media cetak dan media internet produk kerajinan daur ulang UKM TRIS FLOWER menarik perhatian dan promosi penjualan (potongan harga dan pameran) menarik perhatian. Hal ini diketahui dengan adanya jawaban responden yang terbesar dalam instrument penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan yang positif dan signifikan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan serta kesimpulan diatas, adapun saran yang diberikan adalah disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, harga, dan promosi karena semua variabel ini berpengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan dan disarankan untuk meningkatkan variabel harga karena berdasarkan hasil analisis data harga mempunyai pengaruh terkecil sehingga pemilik UKM TRIS FLOWER disarankan melakukan penetapan harga yang lebih memuaskan hati konsumen karena harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan daur ulang pada konsumen UKM TRIS FLOWER di Jambangan.

DAFTAR PUSTAKA

www.trisflower.com

- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *ManajemenPemasaran Modern*. Surabaya: Liberty.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *ManajemenPemasaran Modern*. Surabaya: Liberty.
- Tjiptono, Fandi, . 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. CV ANDI.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa: Penerapan dan Penelitian*. Jakarta. Erlangga.
- Ghazali, . 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotlet, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium.prehallindo. Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2007. *Dasar – DasarPemasaran, Edisi kesembilan jilid satu*. Jakarta :Penerbitindeks
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta. Erlangga.
- Lilik Johan Sagita. 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kue Brownies Dua Putri Di Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban*.
- Laksana, Fajar. 2008. *ManajemenPemasaran*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Swastha dan Handoko. 2000. *ManajemenPemasaran Modern*. Surabaya: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wening Mustikasari. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik*