

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG “MBAK NIK” SPESIAL CEKER AYAM LAPINDHO DI SIDOARJO

Diajeng Chusuma Ayu Dewi Ulansari
Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
Email: Diajeng.chusuma@gmail.com

Drs. Muhammad Edwar, M.Si
Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho merupakan salah satu bisnis kuliner dan makanan yang ada di wilayah Sidoarjo. Para pelaku bisnis makanan perlu menciptakan differensiasi untuk menarik minat beli konsumen agar terciptanya Keputusan pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial ceker ayam lapindho. Variabel kualitas produk dan harga bias digunakan untuk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tujuan riset ini adalah untuk mendeteksi pengaruh Kualitas Produk dan Harga dengan cara simultan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan Pembelian dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo. bentuk penelitian yang digunakan yaitu dengan eksplorasi pengukuran data kuantitatif. cara pengambilan specimen yaitu lewat teknik pengambilan sampel secara sengaja dengan total 142 informan. Penelitian ini menerapkan metode Analisis Regresi Linier Berganda. perolehan penelitian menunjukkan bahwasanya variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) dengan cara simultan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung “Mbak Nik” khusus Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo dan Harga (X2) juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

Abstract

Warung "Mbak Nik" Special Ceker Lapindho Chicken is one of the culinary and food businesses in the Sidoarjo region. Business people need to create differensiasi food to attract buying interest for the creation of consumer purchase decisions at point "Mbak Nik" Specials lapindho chicken claw. Variable product quality and price bias is used to influence purchasing decisions. The purpose of this study was to detect the effect of Product Quality and Price with a simultaneous way on purchasing decisions, Product Quality and Purchasing decisions affect the price influence on purchase decisions at the point "Mbak Nik" Chicken Special Ceker Lapindho in Sidoarjo. forms of research used is quantitative exploration. Pengambilan engineering samples using purposive sampling technique with a number of 142 informants. This research applies methods Multiple Linear Regression Analysis. acquisition research shows that the variable quality of the product (X1) and Price (X2) by means of simultaneous influence on purchase decisions, Quality Products (X1) has an influence on purchasing decisions at the point "Mbak Nik" special Ceker Chicken Lapindho in Sidoarjo and Pricing (X2) may also influence the purchase decisions on stalls "mbak Nik" Chicken Special Ceker Lapindho

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Sidoarjo adalah kota yang bersebelahan dengan kota Surabaya dan juga sebagai penyongkong utama dan sebagai wilayah gerbangkertosusila. Kota Sidoarjo memiliki keanekaragaman kuliner, seperti produk unggulan yang sering dicari oleh beberapa konsumen contohnya lontong kupang, rawon gajah mada udang windu, bandeng dan makanan lain seperti Rawon Gajah Mada Sidoarjo, Pangsit Mie Ayam Gajah Mada, Ceker Lapindo dan segala macam jenis Penyetan dan ikan bakar.

Dari sekian banyak bisnis yang ada pada saat ini, bisnis kuliner ialah beberapa bidang usaha yang akan selalu menguntungkan jika dijalani. dikarenakan makanan adalah suatu keperluan penting bagi individual yang membutuhkan, dan dapat diyakini bahwa usaha di bidang bisnis kuliner akan selalu berkembang dan tersedia dimana-mana. Dan juga bisnis di bidang kuliner adalah salah satu bidang bisnis yang tidak pernah ada matinya.

Masyarakat pada masa ini mengalami perubahan yang praktis dalam hal mengkonsumsi makanan, seperti lebih sering membeli makanan diluar sesuai dengan selera dan jarang masak sendiri, hal ini dikarenakan

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho Di Sidoarjo

tingkat kesibukan masyarakat perkotaan yang waktunya habis untuk melakukan aktifitas dan terbatasnya waktu untuk masak sendiri. Dan juga muncul berbagai macam bisnis kuliner yang unik dan memudahkan konsumen dalam hal pengadaan makanan.

Tahun 2016 untuk makanan yang mengandung karbohidrat, mode makanan yang tengah diminati oleh sebagian konsumen adalah makanan yang berbahan dasar ceker ayam, berikut ini daftar warung makan yang menyajikan masakan ceker ayam di Sidoarjo :

Tabel 1.1 daftar nama warung makanan yang menyajikan masakan ceker ayam pedas di Sidoarjo.

NO	Nama	Alamat
1	Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo	Jl. Dr Soetomo no 12 Sidoarjo
2	Ceker Ayam Mutiara	Jl. Keramean Ngetan Candi Sidoarjo
3	Ceker Ayam Bledex	PKL Taman Pinang Depan SMAN 2 Sidoarjo
4	Ceker Ayam bu Hidayah	PKL jl. Gajah Mada Depan Apotik 77 Sidoarjo

Sumber : Penulis

Dari Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa makanan pedas dari bahan Ceker Ayam di Sidoarjo berkembang sangat pesat, ini menandakan bahwa semakin ketat persaingan bisnis pada makanan Pedas ceker Ayam di Sidoarjo. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat para pengusaha harus menawarkan konsep yang unik serta menarik untuk memikat pelanggannya, karena pelanggan dihadapkan dengan semakin banyaknya alternatif pilihan makanan yang mereka inginkan.

Adanya persaingan bisnis makanan ini membuat para pemilik usaha dibidang usaha makanan ditantang untuk menemukan suatu perbedaan yang khas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para kompetitornya. (Rahmawati, 2008) para pemilik usaha dibidang kuliner harus merancang rencana agar dapat memuaskan hati dan membentuk rasa berkobar-kobar konsumen menjadi suatu pengalaman di dalam mengkonsumsi produk atau jasa, sehingga akan membuat konsumen ter Kagum.

Tidak sekedar kualitas produk saja yang diperhatikan, konsumen pun juga melihat dari faktor harga. Produk makanan yang enak dengan harga terjangkau pasti akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya, bilamana harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan produknya, dan kemudian konsumen tentu berfikir dua kali akan melakukan pembelian kembali produk tersebut di kemudian hari (atmaja, 2012). Atas dasar lain, harga melambangkan suatu loyalitas yang perlu dikeluarkan pembeli guna mendapatkan suatu keuntungan dari suatu produk.

Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo adalah salah satu warung makan yang ada di Sidoarjo yang dicari-cari oleh masyarakat Sidoarjo hingga seluruh kota di Jawa timur. Lumpur panas Lapindo adalah bencana yang telah menenggelamkan rumah-rumah yang ada di Porong Jawa

timur, dan banyak menimbulkan kerugian materi yang tak terhitung jumlahnya. Lumpur lapindo inilah yang menjadi ide utama dari Mbak nik yang pada akhirnya menciptakan menu kuliner unik yang menggunakan nama Lapindo. Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo berdiri sejak tahun 2008 oleh seorang yang bernama Ibu Nani Andayani dan terletak di PKL Amigos yang ada di jalan Soetomo Sidoarjo dekat Alun-Alun Sidoarjo (kulinerkota.wordpress.com).

Meskipun Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo ini tempatnya sangat sederhana tapi keinginan membeli konsumen sangat tinggi sampai rela mengantri meskipun keadaan di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho sudah ramai pembeli. Dan pembeli tidak hanya para konsumen segmen kebawah, tetapi konsumen segmen keatas juga sangat antusias untuk membeli makanan ceker ayam pedas. Menurut pendapat dari beberapa konsumen yang telah diwawancarai, banyak konsumen yang berdatangan karena rekomendasi dari teman atau kerabat yang sudah berkunjung di warung ini, disamping itu bebrapa konsumen yang datang dan menikmati makanan di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo berpendapat bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dengan porsi ceker ayam dan rasa pedasnya yang nyata dari cabai asli serta bumbu rempah rempah yang sedap ketika disajikan. Dengan adanya kualitas produk yang bagus yaitu berupa ceker ayam lapindho yang pedasnya yang asli dan ceker yang empuk dan kenyal serta bumbu dari rempah rempah yang sedap maka konsumen akan selalu memberikan kesan positif kepada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo tersebut.

Selain dengan kualitas produk, harga juga berpengaruh dalam menarik konsumen lebih banyak. Penetapan harga di warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo ini tergolong murah dan dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik dan tidak menggunakan bahan pengawet serta porsi yang cukup, tidak heran banyak pegawai kantor dan kumpulan anak muda yang mampir dan menikmati sajian makanan ceker ayam Lapindho ini yang juga dapat memberikan manfaat kesehatan bagi mereka. Manfaat konsumsi ceker ayam adalah dapat menguatkan tulang dan meningkatkan daya tahan tubuh, hal ini disebabkan oleh zat gelatin yang terkandung dalam ceker ayam, serta ceker ayam adalah salah satu tubuh ayam yang tidak dapat menerima suntikan hormon yang diberikan kepada ayam agar cepat berkembang.

Pada penelitian di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo peneliti mengambil variabel kualitas produk dan harga yang ditawarkan untuk konsumen. Harga yang ditetapkan suatu produk menentukan kualitas dan kuantitas dari produk tersebut. Pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho menetapkan harga yang relative terjangkau baik untuk kalangan untuk orang yang sudah bekerja maupun para mahasiswa. berlandaskan hal diatas pengamat tergiring untuk melakukan riset yang berjudul *Pengaruh Kualitas*

produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

Ringkasan Kasus

Berlandaskan penjelasan di atas, maka bisa ditarik rumusan kasus antara lain :

1. Apakah Kualitas Produk dan harga memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo
2. Apakah Kualitas Produk memberikan pengaruh terhadap keputusan Pembelian di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo

Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian dibentuk dikarenakan memiliki tujuan-tujuan tersendiri untuk didapatkan. Adapun yang berperan dalam maksud riset ini antara lain :

1. Untuk mencari tahu pengaruh Kualitas Produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo
2. Untuk mencari tahu pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo
3. Untuk mencari tahu pengaruh Harga berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo.

Kegunaan Riset

Adapun dampak riset dimaksud dapat menghantarkan peranan adalah :

1. Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.
Perolehan riset ini dihajatkan dapat menjadi ilmu tambahan dan arahan untuk pihak pemilik warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam lapindho di Sidoarjo agar menjadi wawasan tambahan untuk memajukan perkembangan bisnis kulinernya.
2. Bagi penyusun
Perolehan penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman dan ilmu yang penting untuk peneliti dibidang mempromosikan produk makanan yang berkualitas dengan harga yang sesuai.
3. Bagi Universitas Negeri Surabaya
Peroleh riset ini dihajatkan untuk menjadi tambahan ilmu tambahan bagi perpustakaan kampus dan menjadi pedoman bagi penerus generasi mendatang.

Batasan Masalah

Keterbatasan atau pembahasan masalah dilakukan supaya komplikasi di riset ini lebih tertuju dan menginti pada penelitian, jadi riset mengendalikan penelitian ini dengan batasan masalah sebagai berikut berikut :

1. Penelitian ini mengambil obyek di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo jalan Dr. Soetomo belakang alun-alun Sidoarjo.
2. Informan dalam penelitian ini adalah Konsumen yang sedang melangsungkan pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo

TEORI YANG DIGUNAKAN

Kualitas produk

Teori yang disebutkan oleh Kotler pata tahun 2008 “*product is an object or service offered by sellers in a particular market is concerned, acquired, used and consumed the needs and desires of consumers.*” Dimana arti dari produk adalah suatu benda atau jasa yang ditawarkan oleh penjual di sebuah pasar tertentu yang diperhatikan, didapat, digunakan dan dikonsumsi yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Sugiarto (2014) Secara global, hal-hal yang mempengaruhi kualitas suatu makanan yaitu :Warna, penampila, porsi, bentuk, Temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, rasa

Harga

berdasarkan Kotler dan Armstrong (2008:340-345), “harga adalah besaran nilai mata uang yang ditagihkan atas suatu produk yang dijual oleh pembeli, dengan kata lain harga adalah jumlah nilai yang diperuntukan untuk konsumen agar sebuah perusahaan yang menjual produk memperoleh keuntungan dalam suatu produk dan jasa”. Selanjutnya menurut Savitri (2014) Harga dalam ekonomi mikro diartikan sebagai nilai dari suatu komoditas barang tertentu saja Dalam perekonomian terencana terpusat, harga diatur oleh pemerintah, dalam perekonomian pasar harga ditentukan oleh interaksi konsumen, tenaga kerja dan perusahaan. Interaksi ini terjadi dalam pasar sekumpulan pembeli dan penjual yang bersama sama menentukan harga suatu barang.

Kedudukan Harga

Harga mempunyai lebih dari 1 satu tugas untuk pengambilan keputusan kepada para pembeli, Tjiptono (2008:152) menerangkan ada dua tugas teristimewa yaitu:

1. tugas untuk mendistribusikan harga
2. peranan informasi dari harga

Untuk menginformasikan kepada konsumen atas nilai produk, contohnya harga yang mahal menggambarkan produk yang berkualitas tinggi.

Teknik Penentuan Harga

Teknik Penentuan harga berdasarkan ilmuwan yaitu Kotler dan Keller (2009):

1. keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.
2. Harga pengembalian sasaran, untuk membidik pengembalian modal dan menghasilkan investasi
3. harga persepsi nilai
Penetapan harga disesuaikan dengan kelebihan atas barang lain dari produk yang ditawarkan.
4. harga nilai

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho Di Sidoarjo

Menetapkan suatu teknik untuk mendapatkan konsumen atau pembeli yang setia dan loyalitas dengan memberikan harga yang bernilai rendah.

5. harga umum
Pemilik usaha menerapkan harga sesuai dengan pesaing.
6. harga tipe lelang
Penjualan produk lewat internet.

Harapan penentuan Harga

Berdasarkan ilmuwan yaitu Tjiptono (2008:473), “teknik penentuan harga sudah diseleksi oleh perusahaan dengan sistem tingkat harga umum yang sedang berlaku untuk suatu produk tertentu relatif atas tingkat harga kompetitor. keputusan. harapan penetapan harga memiliki tugas yang strategic dan sangat penting untuk pengimplementasian strategi promosi”.

maka untuk mengukur variabel harga yang sesuai dengan penelitian ini yaitu menurut Kertajaya (2006) dan Tjiptono (2008) :

- 1) Keterjangkauan Harga dengan kapasitas beli konsumen
- 2) potensi saing harga dengan produk sejenis
- 3) sesuai tidaknya harga dengan mutu produk
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan

PERILAKU KONSUMEN

Maksud dari program promosi adalah melengkapi dan melegakan kebutuhan dan kehendak konsumen sasaran. berlandaskan Sumarwan (2011:5), definisi dari perilaku konsumen yaitu semua aktifitas, perilaku dan proses kepekaan mental manusia yang terdorong karena tindakan sebelum membeli, saat membeli, memakai, menghabiskan suatu produk.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, kesimpulannya perilaku konsumen yaitu proses yang berkelanjutan yang menyertakan berbagai aktifitas mental, fisik dan emosional konsumen, serta bersifat motivasi dan melibatkan peran yang berbeda yang dipengaruhi faktor-faktor internal maupun eksternal, dimana konsumen merupakan pusat perhatian utama.

Aspek- aspek yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Untuk membeli suatu produk atau jasa tidak hanya keinginan atau kebutuhan pribadi tetapi juga ada dorongan dari luar pribadi konsumen. Kotler (2008:166), menjelaskan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain aspek-aspeknya sebagai berikut: 1) factor budaya, 2) factor social, 3) factor pribadi, 4) factor psikologi, 5) faktor rangsangan dari pemasaran

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Setiadi (2008:416) menerangkan bahwa kesimpulan keputusan pembelian yaitu proses pengintegrasian dalam menilai dua bahkan lebih selksi pembelian. Marketing juga harus mengetahui apa saja yang menjadi bahan pandangan konsumen dalam keputusan pembelian dan kedudukan atau tugas apa yang dimainkan masing-masing orang.

TEKNIK PENELITIAN

Riset menerapkan teknik kausal dan data yang diperoleh akan dianalisis dengan cara kuantitatif. Penelitian ini diharapkan untuk memperoleh bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung pada Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo dengan jumlah populasi sebanyak 219 dalam sehari dengan menggunakan purposive sampling.

Dalam riset yang dilakukan ini, pertimbangan sampel yang dapat dijadikan sumber data adalah responden yang sedang melakukan pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo serta responden berusia minimal 19 tahun berjenis kelamin wanita dan pria diharapkan dapat mengerti maksud dari isi angket yang diberikan. Prosedur penelitian dilakukan dengan membagikan 142 angket yang telah disiapkan peneliti. estimasi ukuran sampel berbasis atas kesalahan lima persen, maka sampel yang didapat memiliki kebenaran Sembilan puluh lima persen terhadap populasi.

Instrumen Penelitian

Berdasarkan oleh salah satu ahli yaitu Suharsimi Arikunto, instrumen penelitian merupakan perangkat bantu yang ditunjuk dan digunakan oleh peneliti demi melakukan aktifitasnya untuk mengumpulkan data supaya aktifitas tersebut menjadi tersusun dan tertata dengan menggunakan angket.

Teknik Pengumpulan Data

1. Pemantauan

Observasi dilaksanakan sebelum melakukan penelitian untuk mengetahui kondisi produk dan kesesuaian harga pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo serta untuk memperoleh data rata-rata pembeli Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo per harinya. Hasil observasi tersebut berupa persetujuan dari pihak pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo untuk melakukan penelitian serta dokumentasi tentang kualitas produk dan harga pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

2. Angket

Penyebaran angket di riset ini digunakan untuk mendapatkan file pertama. Peneliti menyediakan alternative jawaban antara lain yaitu “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju” dan responden hanya memilih satu dari jawaban yang dianggap sesuai peneliti menyediakan 14 pertanyaan, dimana pernyataan tersebut mewakili masing-masing indikator dari variabel bebas dan variabel terikat.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam lapindho di Sidoarjo

Berlandaskan dari hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan F hitung senilai 26,179, Nilai (*Adjusted R Square*) sebesar 0,263 atau 26,3 % Sedangkan sisanya 0,737 atau 73,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

penelitian ini disamakan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong, (2008) menyatakan bahwa marketing yang kurang memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan maka penjualan akan kurang diminati oleh konsumen dan pendapatan akan menurun, sebaliknya jika marketing memperhatikan kualitas produknya yang ditawarkan maka konsumen akan merasakan kepuasan yang terhingga karena produk yang dikonsumsinya sangat baik kualitasnya dan akan menimbulkan tingginya pendapatan pemilik perusahaan yang menyediakan kualitas produk yang baik. Hal ini juga membuktikan bahwa fenomena yang terjadi di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo bahwa Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo. Hal ini Senada dengan penelitian sebelumnya oleh aulia (2016) dan Andreti (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

1) Pengaruh Variabel Kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

Berdasarkan uji hipotesis untuk uji t didapati t hitung untuk variabel kualitas produk sebesar 2,479 terhadap keputusan pembelian (Y) di Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo, dan memiliki nilai Coefficient Standardized Beta sebesar 0,230. Dalam hal ini sama dengan penelitian yang dijalankan oleh Atmaja dan Febiana (2016) .Dengan kualitas produk yang bagus maka konsumen akan selalu memberikan kesan positif dan akan melakukan keputusan pembelian.

Kualitas produk pada Warung “Mbak Nik Spesial Ceker Ayam Lapidho di Sidoarjo berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal

ini berdasarkan hasil karakteristik responden atas angket penelitian yang menunjukkan bahwa konsumen yang telah melakukan pembelian banyak memberikan penilaian Setuju dan Sangat setuju pada porsi penyajian, temperatur saat makanan disajikan, tekstur ceker ayam lapindho, aroma pada makanan ceker ayam lapindho dan rasa yang disajikan makanan ceker ayam lapindho untuk konsumen di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

2) Pengaruh Variabel Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

Berlandaskan uji hipotesis pada uji t didapat sebesar 3,741 terhadap keputusan pembelian (Y) di Warung “Mbak Nik” Spesial ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo, dan memiliki nilai Coefficient Standardized Beta sebesar 0,347. Terbukti bahwa harga memberikan pengaruh yang absolut terhadap keputusan pembelian di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo. Dan sama dengan penelitian Sagala (2014) dan Indraswati.

Dan juga dari hasil karakteristik responden menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian rata-rata adalah konsumen Perempuan yang telah berpendapatan berkisar Rp. 1.500.000 – 2.500.000, dengan pekerjaan sebagai pelajar yang berusia 19-24 tahun, hal ini yang menyebabkan harga memiliki pengaruh yang paling tinggi di Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho di Sidoarjo.

PENUTUP

Simpulan

Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan adalah harga yang menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian di warung “Mbak Nik” Spesial ceker ayam lapindho di Sidoarjo.

Saran

1. Pihak Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Lapindho di Sidoarjo hendaknya lebih memperhatikan tekstur dari masakan ceker ayam dari aspek kekenyalan, kelembutan tekstur dan ke-empukannya.
2. Pihak Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Lapindho di Sidoarjo hendaknya lebih memperhatikan aroma, Karen dari hasil penilaian angket penelitian dari responden aroma dari ceker ayam kurang sedap, gurih dan pedas.
3. Pihak Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Lapindho di Sidoarjo hendaknya lebih memperhatikan dan tidak menggunakan bahan pengawet.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2010. *Penerapan penelitian*. JKT : PT.R Cipta
- Atmaja, Purwanti. 2012. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya*. Univ. Petra Surabaya : Jurnal

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung “Mbak Nik” Spesial Ceker Ayam Lapindho Di Sidoarjo

- Aulia, siti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Depot Pak Qomar Surabaya)*. UNESA : Jurnal
- Febiana, Kholidah. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Nasi Krawu di kota Gresik*. UNESA : Jurnal
- Ghozali, Imam. 2006/2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen pemasaran Edisi 13 Jilid 1&2*. Jakarta : Erlangga
- Sagala, Christina. 2014. *Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector: A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia*. Presidect Univercity jakarta : Jurnal
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku konsumen*. Jakarta : kencana.
- Sugiarto. 2014. *Pengaruh Harga, dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya*. Petra : Jurnal
- Sulistiyanto. 2013. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen 2*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta.
- Yusup, Muhammad. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Montor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UDS)*. undip : Jurnal

