

PENGARUH HARGA DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK
DI TOKO PAKAIAN GROSIR SUMBER MAKMUR
PASAR CITRA NIAGA JOMBANG

Putri febiana, Masruchan

e-mail: anputrif@gmail.com

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI JOMBANG

ABSTRACT

Febiana, Putri, 2019, Effect of prices and products on product purchase decisions in Wholesale Clothing Store Sumber Makmur Pasar citra Niaga Jombang. Dr. Masruchan, M.Pd

The aim of this research is to find out whether there is an effect of price and diversity on product purchasing decisions at the Wholesale Clothing Store Sumber Makmur Jombang. This study uses quantitative research, the population is a customer at the Wholesale Clothing Store Sumber Makmur Jombang and a sample of 62 customers, data collection using questionnaires and documentation with data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results showed that prices and products influence the decision to purchase clothing products at Wholesale clothing stores Sumber Makmur Jombang. This proves that prices and products are important reasons for consumers to buy clothing products at Wholesale clothing stores Sumber Makmur Jombang.

Keywords: Price, Product and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Febiana, Putri, 2019, Pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk Di toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Pasar citra Niaga Jombang. Dr. Masruchan, M.Pd

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan keragaman terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, populasi adalah pelanggan di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang dan sampel penelitian sebanyak 62 pelanggan, pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan dokumentasi dengan teknik analisa data

menggunakan Analisis Regresi Linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang. Hal tersebut membuktikan bahwa harga dan produk menjadi alasan penting konsumen untuk membeli produk pakaian di di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang

Kata kunci : Harga, Produk dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik maka setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang bagi perusahaan. Keuntungan didapat dari adanya pembelian produk. Kemampuan meningkatkan pembelian produk secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Keputusan pembelian Kotler dan Keller (2009) adalah keputusan meneruskan atau tidak meneruskan. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

Terdapat berbagai faktor yang dapat berpengaruh langsung dalam pendapatan perusahaan baik dalam perusahaan itu sendiri maupun dari konsumennya. Faktor-faktor tersebut diantaranya diskon harga, desain produk dan produk. Penelitian Setianingsih (2016) menunjukkan bahwa harga, produk, dan suasana toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Pertimbangan seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti halnya yang telah disebutkan diatas. Dan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk adalah persepsi harga. Setiap konsumen pasti mempunyai

persepsi yang berbeda tentang harga yang ditawarkan oleh suatu toko. Konsumen akan memutuskan membeli produk jika harga sesuai dengan kemampuan konsumen. Harga menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan bahwa: *“Price is the one element of the marketing mix that produces revenue; the other elements produce costs. Prices are perhaps the easiest element of the marketing program to adjust; product features, channels, and even communication take more time”*. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2016). Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

Gerai atau toko yang menawarkan produknya lebih banyak dan bervariasi merupakan salah satu pilihan konsumen. Dengan banyaknya produk yang ditawarkan perusahaan pada konsumen akan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihannya. Produk yang beragam dan lengkap menjadi salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Konsumen akan lebih memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap. Sehingga konsumen akan merasa lebih mudah dan nyaman dalam memilih produk yang mereka inginkan karena banyaknya ragam produk yang di tawarkan.

Kualitas produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2009) produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Adanya kualitas produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun untuk masa mendatang. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumenpun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain.

Pertanyaan meliputi apa saja produk yang dijual di toko tersebut dan berapa harganya. Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa persaingan antar toko cukup ketat dan toko Sumber Makmur mampu bersaing dengan toko lain. Toko Sumber Makmur menawarkan harga yang terjangkau dengan produk yang ditawarkan cukup lengkap, sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk di toko tersebut.

Pernyataan di atas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fajar Setianingsih (2016) dengan judul *Persepsi Harga, Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta dan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis terdorong untuk menyusun proposal skripsi dengan judul : “**Pengaruh Harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang**”

A. Rumusan Masalah

1. Adakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang?
3. Adakah pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang?

B. Tujuan Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini berguna untuk menjawab segala permasalahan tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk di Toko Pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan dan wawasan umumnya tentang bagian ilmu ekonomi khususnya pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan untuk lebih mengenal keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan perumusan strategi dan penetapan kebijakan
- c. Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di Toko Sumber Makmur Jombang.

METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan statistic kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk di toko pakaian grosir sumber makmur pasar citra niaga jombang

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diinginkan dalam penelitian adalah Kuesioner, Observasi, dan Wawancara.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha tempe sejumlah 115 yang ada di desa Tembarak Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk yang dimulai dari Gang 1-15. Sedangkan sampel dari penelitian ini setelah dihitung menggunakan rumus slovin diperoleh hasil 89 sampel yang di ambil dari Gang 8-14 desa Tembarak Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.

C. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen untuk mengumpulkan data yang diperlukan menggunakan kuesioner yang berkaitan dengan variabel bebas yaitu persediaan bahan

baku dan tingkat keuntungan, dan variabel terikat yaitu keberlanjutan usaha

D. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengukur ada tidaknya pengaruh Persediaan Bahan Baku (X1) dan Tingkat Keuntungan (X2) terhadap Keberlanjutan Usaha (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.726	1.331		8.056	.000		
1 X1	.113	.055	.238	2.041	.046	.463	2.160
X2	.223	.043	.601	5.155	.000	.463	2.160

a. Dependent Variable: Y

Sumber data : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisa regresi yang disajikan dalam Tabel 4.8 maka didapatkan persamaan sebagai berikut : $Y = 10,726 + 0,113 X_1 + 0,223X_2$

Persamaan regresi yang didapat, dijelaskan secara terinci pada interpretasi hasil penelitian seperti di bawah ini :

- a. Konstanta sebesar 10,726, berarti dengan menganggap harga (X₁), dan produk (X₂) adalah nol maka keputusan pembelian (Y) sebesar 10,726

yang dijelaskan bahwa keputusan pembelian minimal setara dengan, 10,726 (skala 1-100).

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga dan keputusan pembelian dapat dilihat besarnya koefisien regresi yaitu sebesar 0,113, artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan persepsi harga akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian produk toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang sebesar 0,113. Dengan kata lain setiap peningkatan keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang sebesar 0,113 dibutuhkan peningkatan persepsi harga sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel produk tetap.
- c. Untuk mengetahui pengaruh produk dan keputusan pembelian dapat dilihat besarnya koefisien regresi yaitu sebesar 0,223, artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan persepsi harga akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang sebesar 0,223. Dengan kata lain setiap peningkatan keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang sebesar 0,223 dibutuhkan kenaikan produk sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel harga tetap.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.793 ^a	.628	.616	1.109	2.296

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber data : Data primer yang diolah, 2019

Nilai R^2 sebesar 0,628 artinya keputusan pembelian melalui penelitian ini dipengaruhi oleh variabel harga dan produk sebesar 62,6%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu $100\% - 62,6\% = 37,4\%$.

2. Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Derajat signifikan yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Jika nilai signifikan lebih kecil dari derajat signifikan maka hipotesa alternatif diterima. Hasil nilai signifikan dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

Hasil Uji t

o	Variabel	hitung	Si gnifikansi	Ketera ngan
	Harga (X_1)		0,	Signifi
	Produk (X_2)	,041	046	kan
		,155	0,	Signifi
			000	kan

Sumber : Lampiran SPSS diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis pertama. Variabel harga (X_1) memiliki nilai $t_{sig} = 0,046 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang
2. Pengujian Hipotesis kedua. Variabel produk (X_2) memiliki nilai $t_{sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	122.731	2	61.366	49.854	.000 ^b
Residual	72.623	59	1.231		
Total	195.355	61			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel tersebut untuk Hipotesis yang ketiga dilakukan dengan Uji F yaitu pengujian kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang., menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai $f_{sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$, Dengan demikian hipotesis ketiga diterima atau dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang. Hal tersebut membuktikan bahwa harga di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang alasan konsumen untuk membeli produk tersebut.
2. Produk berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian produk pakaian di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang. Hal tersebut membuktikan bahwa produk menjadi alasan penting konsumen untuk

membeli produk pakaian di di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang.

3. Harga dan produk berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian Produk pakaian di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang

A. Saran

1. Sesuai dengan hasil penelitian, produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang untuk bisa lebih menekankan kepada menjaga kualitas produk agar bisa menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk di toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang.
2. Pihak Pengusaha toko pakaian Grosir Sumber Makmur Jombang harus tetap mempertahankan persepsi harga yang cenderung memberikan keuntungan bagi konsumennya sehingga konsumen dapat tetap tertarik untuk melakukan pembelian produk perusahaan. Persepsi harga yang telah ditetapkan perusahaan harus ditinjau secara periodik. Hal ini perlu diperhatikan mengingat pada saat ini tingkat persaingan cukup tinggi, sehingga perusahaan harus terus meninjau kembali persepsi harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas produk. Pengusaha pakaian Sumber Makmur Jombang harus memiliki harga yang bersaing dengan perusahaan produsen sejenis lainnya dan perusahaan juga harus dapat mempertahankan harga yang bersaing tersebut, sehingga produknya dapat laku di pasaran
3. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar bisa menambah variabel penelitian seperti promosi, lokasi, kelompok acuan dan lain-lain serta

menggunakan jenis data penelitian yang berbeda, misalnya data kualitatif. Dengan perbedaan data penelitian maka teknik pengumpulan datanya akan berbeda, sehingga hasil data yang didapatkan akan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2012. *Strategic Marketing*. Cetakan satu. Edisi satu. RajaGrafindo Persada. Depok
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi pertama. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua, cetakan kedua. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 8th. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran dalam Perspektif Modern*. Jakarta : Erlangga
- Nur Fajar Setianingsih . 2016. Pengaruh persepsi harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)
- Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistik*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta
- Rizka Andika Hermawan. 201. Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Online “Namira Outlet
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia
- Setiadi, Nugroho J. 2010. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Umar, Husein. 2012. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: gramedia Pustaka Utama

Wahyunita Nur. 2016. Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar