

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN KANTIN UIN RIL)

Wulan Nurhidayah¹, Zahra Nuratia², Wahyu Saputra³, Vicky F Sanjaya⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

e-mail: ¹Wulannurhidayah339@gmail.com, ²Zahranuratia64@gmail.com,
³Wahyusaputaajipamungkas@gmail.com, ⁴vicky@radenintan.ac.id

Informasi Artikel

Diterima: 01-10-2022

Direvisi: 10-10-2022

Disetujui: 19-10-2022

Abstrak

Penelitian ini merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, terhadap keputusan pembelian konsumen. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan desain survey secara crossectional. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan form (kuesioner) berupa pernyataan secara online kepada responden. Uji statistik dilakukan dengan menggunakan Structurel Equation Modelling berbasis PLS. Uji validitas menggunakan nilai faktor loading, sedangkan uji reabilitas menggunakan nilai *cronbach'c alpha*, *composite reability* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Setelah seluruh hasil item indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliable, selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Dari ketiga hipotesis yang diajukan seluruhnya terdukung, dan signifikan.

Kata Kunci: Harga ; Kualitas Produk ; Keputusan Pembelian

Abstract

This research is a test that aims to determine the influence of price and product quality on consumer purchasing decisions. Number of samples in This research consisted of 90 respondents. Sampling in this research was carried out with a cross-sectional survey design. Data collection is done by sharing form (questionnaire) in the form of an online statement to respondents. Statistical tests were carried out using PLS-based Structural Equation Modeling. Test validity using loading factor values, while the reliability test uses Cronbach'c alpha, composite values reliability and Average Variance Extracted (AVE). After all the results of the indicator items are used in this research is valid and reliable, then hypothesis testing is carried out. From The three hypotheses proposed were all supported and significant.

Keywords: Price ; Product Quality ; Purchasing Decisions

1. Pendahuluan

Di era modern seperti ini dan meningkatnya taraf kehidupan Masyarakat pada saat sekarang ini, sedikit banyak penting dalam mempengaruhi gaya pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan dan berdampak pada dunia bisnis usaha. Salah satunya, kuliner yang semakin kreatif dan inovatif dan mencerminkan gaya hidup modern dengan cara penyajian makanan dan minuman seperti restoran, cafetaria, dan kantin yang tersedia didalam universitas yang tidak terlepas dari perkembangan budaya makan diluar rumah. Saat ini banyak tempat kuliner seperti kantin yang berada dikampus yang menawarkan berbagai macam hidangan yang menggugah selera. Semuanya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Konsumenpun menjadi semakin selektif dalam memilih tempat makan untuk mengisi perut yang mana paling sesuai dengan keinginan mereka. Hal itulah yang membuat bisnis menjadi kompetitif.

Persaingan bisnis restoran dan rumah makan yang semakin ketat menjadi tantangan atau ancaman bagi pelaku usaha tersebut. Agar dapat memenangkan persaingan serta memperoleh keuntungan yang wajar, bisnis warung makan dituntut untuk secara terus menerus menyesuaikan menu sesuai lidah target konsumen seperti mahasiswa/I universitas dengan salah satu tujuan agar menimbulkan kesan yang potensial untuk melakukan pembelian berulang atau secara tidak sadar konsumen akan mereferensikan kepada orang lain tentang harga dan kualitas produk atau rasa yang diterima kepada orang lain sesuai dengan yang diperoleh atau biasa disebut mouth to mouth. Oleh karenanya, hal ini menjadi salah satu hal penting eksistensi pemilik usaha warung makan atau restoran ditengah konsumen yang selektif.

Bagi kalangan menengah keatas biasanya restoran atau café yang tersebar diberbagai mall merupakan tempat yang biasa dikunjungi. Hal ini



disebabkan oleh kebersihan tempat makan yang terjaga. Bagi kalangan menengah seperti pegawai kantoran atau mahasiswa, kantin menjadi salah satu tempat alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan energi sehari-hari. Salah satu contoh kantin yang memadai terdapat di kantin UIN RIL. Banyak mahasiswa/I yang berkunjung ke kantin tersebut karena memiliki lingkungan yang cukup luas, harga yang terjangkau untuk kantong mahasiswa/I. Hal tersebut membuat kantin UIN RIL ramai dikunjungi karena mahasiswa/I dapat memilih makanan yang ingin dibeli di kantin sesuai dengan kemampuan membelinya.

Gregonus dalam Zulhamdi (2008) penentuan harga yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada kenyataannya kantin UIN RIL belum sepenuhnya memberikan harga yang sesuai dengan kantong mahasiswa/I seperti harga makanan dan minuman yang harganya tidak sama dengan kantin lain. Karena banyak konsumen yang membeli suatu produk tetapi yang dilihat pertama kalinya ialah harga suatu produk. Kantin UIN RIL dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan target marketnya yang telah ditetapkan sesuai kebutuhan atau selera konsumen. Beberapa keluhan dari konsumen mahasiswa/I kantin UIN RIL tentang harga adalah harga yang belum sesuai produk dengan citarasa yang dihasilkan, harga yang belum cukup bersaing dengan kantin lain yang harganya sama, dan buku menu yang gambarnya tidak sesuai dengan hidangannya. Dari keluhan-keluhan yang bersumber dari hasil kuisioner menunjukkan bahwa harga kantin UIN tidak sesuai dengan kualitas produknya maka itu pelanggan ingin kantin UIN RIL bisa memberikan harga yang lebih baik lagi dan kualitas produk untuk menciptakan keputusan pembelian yang berulang-ulang.

Kualitas suatu produk merupakan evaluasi menyeluruh konsumen atas kebaikan kinerja barang (Simamora, 2008) karena kualitas produk berbentuk barang atau nyata. Berkaitan dengan hal tersebut, kualitas produk yang ditawarkan pada kantin UIN RIL belum sesuai dengan keinginan pelanggan karena adanya complain pelanggan mengenai produk yang diberikan antara lain mengenai makanan yang dihidangkan tidak sesuai dengan gambar yang ada di daftar menu, kualitas produk yang kurang terjaga seperti makanan yang sudah dingin. Usaha bidang makanan yang menawarkan produk dalam bentuk apapun perlu memperlihatkan kualitas sesuai dengan produk yang ditawarkan konsumen. alasan utama melakukan pembelian yang meliputi cara pembelian, produk, dan situasi. Beberapa keluhan dari konsumen mahasiswa/I kantin UIN kualitas produk adalah produk belum sesuai dengan citarasa yang dihasilkan, Dari keluhan-keluhan yang bersumber dari hasil kuisioner menunjukkan bahwa kualitas produk kantin UIN

RIL ada yang kurang memuaskan. Keluhan pelanggan dikarenakan harus bisa memberikan harga yang lebih baik lagi dan kualitas produk untuk menciptakan keputusan pembelian yang berulang-ulang.

Menurut Cravens, Hills and Woodruff (2002) mendefinisikan keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara mengevaluasi lebih dari satu alternatif yang dipengaruhi oleh alasan utama melakukan pembelian yang meliputi cara pembelian, produk, dan situasi. Beberapa keluhan dari konsumen mahasiswa/I kantin UIN kualitas produk dan harga adalah produk belum sesuai dengan citarasa yang dihasilkan, Dari keluhan-keluhan yang bersumber dari hasil kuisioner menunjukkan bahwa kualitas produk kantin UIN RIL ada yang kurang memuaskan. Keluhan pelanggan dikarenakan harus bisa memberikan harga yang lebih baik lagi dan kualitas produk untuk menciptakan keputusan pembelian yang berulang-ulang. Keluhan-keluhan tersebut mengidentifikasi bahwa keputusan pembelian berpengaruh. Selain itu terciptanya keputusan pembelian konsumen juga dapat membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut atau mouth to mouth yang menguntungkan bagi kantin tersebut, dengan banyaknya pesaing mendapatkan apalagi mempertahankan pelanggan sangat sulit agar membeli secara berulang kali. Untuk itu selain dari harga-harga yang sesuai dengan target pelanggan juga dengan produk yang berkualitas agar menjadi minat daya tarik membeli semakin meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang muncul dari harga dan kualitas produk makanan dan minuman di kantin UIN RIL maka kami tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen UIN RIL).

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel, atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Sedangkan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2017) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat ppositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada responden melalui sosial media berupa WhatsApp. Peneliti

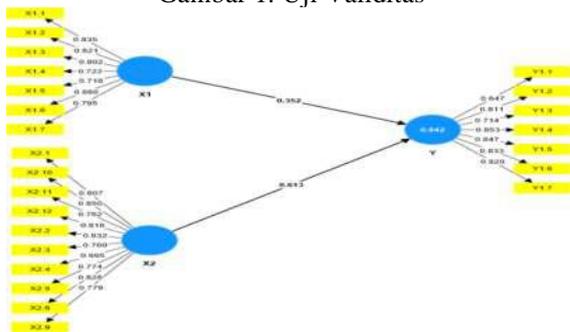
menggunakan jenis instrument atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. SS Sangat Setuju Diberi Skor 5
2. S Setuju Diberi Skor 4
3. N Netral Diberi Skor 3
4. TS Tidak Setuju Diberi Skor 2
5. STS Sangat Tidak Setuju Diberi Skor 1

Menurut Muhidin (2017) Uji Validitas dilakukan untuk menguji butir pertanyaan yang disebarakan pada sampel yang bukan responden sebenarnya. Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan face validity dan selanjutnya uji convergent validity. Convergent validity digunakan untuk melihat apakah indicator pada item kuesioner valid atau tidak. Convergent validity akan diukur dengan melihat nilai minimum factor loading masing-masing item indikator ≥ 0.6 (Hair et al., 2010). Menurut Ghozali (2018) Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Nunally dalam Widhiarso (2009) standar reliabilitas yang dapat diterima adalah jika $\alpha > 0,60$. Pengujian reliabilitas selanjutnya dengan melihat, composite reliability, dan Average Variance Extracted (AVE). Sedangkan, menurut sugiyono (2018) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Uji validitas, reliabilitas dan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi Smart PLS 4.

3. Hasil dan Pembahasan

Gambar 1. Uji Validitas



Sumber : Olah Data Smart PLS 4

Keterangan:

X1 : Harga

X2 : Kualitas Produk

Y : Keputusan Pembelian

Tabel 1. Uji Validitas

N O	VARIABEL	ITEM	R HITUNG	KETERANGAN
1.	HARGA (X1)	X1.1	0,579	Valid
		X1.2	0,570	Valid
		X1.3	0,556	Valid
		X1.4	0,501	Valid
		X1.5	0,498	Valid
		X1.6	0,611	Valid
		X1.7	0,552	Valid
2.	KUALITAS PRODUK (X2)	X2.1	0,560	Valid
		X2.2	0,590	Valid
		X2.3	0,529	Valid
		X2.4	0,566	Valid
		X2.5	0,577	Valid
		X2.6	0,527	Valid
		X2.9	0,482	Valid
		X2.10	0,537	Valid
		X2.11	0,575	Valid
		X2.12	0,540	Valid
3.	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Y1	0,449	Valid
		Y2	0,563	Valid
		Y3	0,495	Valid
		Y4	0,592	Valid
		Y5	0,588	Valid
		Y6	0,578	Valid
		Y7	0,569	Valid

Sumber : Olah Data Smart PLS 4

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan memiliki beberapa hasil diantaranya terdapat item pernyataan kuisioner yang dianggap gugur karena tidak memenuhi standar kriteria validitas yaitu < 0.60 data dianggap tidak valid. Pada hasil uji validitas tersebut, diketahui pada variable X2.7 dan X2.8 terdapat 2 item pernyataan yang dianggap tidak valid karena nilai validitas $< 0,60$ sehingga data tersebut dianggap tidak valid dan dianggap gugur. Kemudian pada variable X1 dan Y tidak ada yang gugur karena nilai validitas diatas 0.60.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

NO	V	α	RHO_A	RHO_C	AVE
1.	X1	0,904	0,906	0,924	0,637
2.	X2	0,934	0,938	0,944	0,627
3.	Y	0,899	0,905	0,921	0,628

Sumber: Olah Data Smart PLS 4

Pengujian Reliabilitas melibatkan pengukuran kuesioner yang mewakili indikator variabel. Sebuah survei dianggap diandalkan jika reaksi masyarakat terdapat pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach's alpha >0.60. Dan sebaliknya jika nilai cronbach's alpha <0.60 maka suatu variabel dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan tabel 2 diatas maka dapat kita lihat bahwa pengujian terhadap reliabilitas memiliki nilai Cronbach's Alpha X1 0,904, X2 0,934, Y 0,899 dan Average Variance Extracted (AVE) memiliki nilai X1 0,637, X2 0,627, Y 0,628 sehingga nilai instrument tersebut dianggap reliabel dan memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian hipotesis.

Tabel 3. Uji Hipotesis

No	V	OS	M	STDE V	O/STD EV	P valu es
1	X1 → Y	0,35 2	0,34 6	0,079	4,453	0,00 0
2	X2 → Y	0,61 3	0,62 0	0,074	8,337	0,00 0

Sumber: Olah Data Smart PLS 4

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, dan hasilnya dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji hipotesis melibatkan nilai dari original sampel, t statistics serta P-values. Hipotesis dapat dikatakan diterima apabila P-valuesnya < 0.05 dan sebaliknya apabila P-valuesnya >0.05 maka hasil hipotesisnya ditolak. Data yang kami peroleh kemudian kami olah menggunakan aplikasi Smart Pls 4 untuk menguji data pada penelitian ini. Dari tabel 3 diatas dapat kita lihat bahwa:

H1: Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai yang didapat dari tabel tersebut menunjukkan nilai original sampel sebesar (0.079) dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai yang didapat dari tabel tersebut menunjukkan nilai P-values sebesar (0.000)

H2 : Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan didapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai yang didapat dari tabel tersebut menunjukkan nilai original sampel sebesar (0.074) dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai yang didapat dari tabel tersebut menunjukkan nilai P-values sebesar (0.000).

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis bahwa dalam nilai original sampel variabel harga sebesar (0,079) bahwa dapat kita lihat harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan juga variable harga berpengaruh signifikan, dapat dilihat bahwa nilai P-values sebesar (0,000).
- 2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis bahwa dalam nilai original sampel variabel kualitas produk sebesar (0,074) bahwa dapat kita lihat kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan juga variable kualitas produk berpengaruh signifikan, dapat dilihat bahwa nilai P-values sebesar (0,000).

Referensi

- Hidayat, Muhamad Syahrir. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik." *Performa* 6(4):360–69. doi: 10.37715/jp.v6i4.2558.
- Hidayat, Riau Rahmat. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)." *Skripsi* 1–107.
- Izati, Fauziah. 2018. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada Mahasiswa IAIN Batusangkar)." *Publikasi IAIN Batusangkar* 86.
- Joshua, Davin, and Metta Padmalia. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship* 5(1):27–32. doi: 10.37715/jee.v5i1.384.

- Ma'sum, Toha. 2020. "Eksistensi Manajemen Pemasaran Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman* 10(2):133–53. doi: 10.33367/ji.v10i2.1243.
- Muangsal. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 5(2):25–39. doi: 10.38204/atrabis.v5i2.247.
- Razak, Ismail. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap" *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(2):7–8.
- Sambodo Rio Sasongko. 2021. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(1):104–14. doi: 10.31933/jimt.v3i1.707.
- Saputra, Ridho. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru." *Skripsi* 23.
- Suti, Intan. 2010. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)." *Skripsi* 98.
- Yazia, Vivil. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry." *Journal of Economic and Economic Education* 2(2):165–73.