

JURNAL HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BISBAN DI PT. MARGAHAYU CITRA UTAMA

Hasbi Husna¹, I Ketut Surabagiarta²
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2}
Email : hasbihusna21@gmail.com¹
Koresponden : i.ketut.surabagiarta51@gmail.com²

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui maupun menganalisis kualitas produk maupun harga adakah pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisban yang ada di perusahaan PT. Margahayu Citra Utama. Adapun Sampel diambil dengan memakai *sampling accidental* sebanyak 88 responden. Dari perolehan data yang sudah dianalisis memakai bantuan *software IBM SPSS version 23* didapat kesimpulan kualitas produknya mempengaruhi keputusan pembelian, harganya juga mempengaruhi keputusan pembelian, begitupula baik kualitas produknya maupun harganya juga mempengaruhi keputusan pembelian bisban di PT. Margahayu Citra Utama secara bersama sebanyak 25.9%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In this research, the researcher wants to know and analyze the product quality and price, is there any influence on the existing bisban purchase decision at the company PT. Margahayu Citra Utama. Samples were taken using accidental sampling of 88 respondents. From obtaining data that has been analyzed using the help of IBM SPSS version 23 software, it can be concluded that the quality of the product affects the purchase decision, the price also affects the purchase decision, as well as both the quality of the product and the price also affects the purchasing decision can be at PT. Margahayu Citra Utama together as much as 25.9%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Perkembangan era global kini cukup cepat hingga bisa menjadikan perubahan pada kemajuan perusahaan. Hal ini perusahaan dituntut menciptakan sebuah inovasi baru supaya perusahaan bisa melangsungkan hidupnya dengan memperhatikan keinginan konsumennya dengan memberikan produk-produk yang kualitas baik didukung dengan harga yang mendukung dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan/industri baik dalam bisnis produk serta jasa. (Replubika, 2014)

Membicarakan industri tak luput juga dengan industri tekstil yang saat ini tidak kalah meningkatnya permintaan konsumen yang menjadikan angin segar untuk para industri dibidang tersebut. Dengan berbicaranya tekstil tak terlepas pula dari industri tenun sebagai warisan nenek moyang yang perlu dilestarikan. Industri tenun terus berkembang di Negara Indonesia dan sebagai salah satu penggerak roda ekonomi daerah (Kemenperin, 2019). Tenun awalnya dipakai sebagai kebutuhan sandang akan tetapi para industry tenun terus berfikir untuk kreatif sehingga mempunyai ciri khas masing-masing, itu juga sebagai salah satu memuaskan para permintaan dari para konsumennya. Hal ini diusung oleh salah satu perusahaan tekstil dalam hal ini yaitu PT. Margahayu Citra Utama.

PT. Margahayu Citra Utama adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi tekstil tenun bisban dengan teknik ATM (Alata Tenun Mesin). Sebagai hasil produknya PT. Margahayu Citra Utama memproduksi berbagai macam tenun bisban salah satunya yaitu : gelang, strap sandal, strap tas, serta berbagai macam-macam aksesoris lain. PT. Margahayu sudah berpengalaman malang melintang dalam pembuatan bisban tentu tidak diragukan lagi tentang kualitas produknya yang telah dipasarkan. Akan tetapi manajemen tetap selalu memikirkan untuk kedepannya supaya perusahaan tetap berjalan dengan baik. cara-cara berpikir kreatif pihak manajemen perusahaan di pertaruhkan untuk menganalisa para konsumennya supaya produk-produknya diterima oleh mayarakat dengan baik serta mempunyai kualitas dan harga yang seimbang.

Kualitas produk sangat menentukan penjualan bisban tersebut. Dikarenakan produksinya menggunakan ATM maka PT.Margahayu Citra Utama menjual produk dengan harga yang seimbang dan dapat menjangkau seluruh lapisan konsumennya. Disisi lain perusahaan juga menawarkan harga menjadi 3 golongan salah satunya retail, grosir, serta borongan.

Penjelasan yang diuraikan tersebut penulis tertarik mengambil makna tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bisban Di PT Margahayu Citra Utama”. selanjutnya tujuan dilakukannya penelitian salah satunya guna melihat adakah kualitas produk, harga mempengaruhi keputusan pembelian PT. Margahayu Citra Utama baik secara individu maupun bersama.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Bagus dan Wisnu (2015:6) pemasaran adalah kegiatan menjalankan bisnis yang dilakukan oleh pemasar untuk memenuhi kebutuhan pasar supaya memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan berupa barang dan jasa.

Kualitas Produk

Pentingnya suatu produk yang berkualitas maka perusahaan berlomba-lomba meningkatkan produknya supaya laku dipasaran. Untarini (2014:112) mengemukakan kualitas produk artinya kemampuan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang bergantung pada karakteristik produk atau jasa.

Adapun indikator kualitas produk yang diidentifikasi dari Mamang dan Sopiah (2012:80) meliputi:

- 1.Kinerja
- 2.Reliabilitas
- 3.Fitur
- 4.Keawetan
- 5.Konsistensi
- 6.Desain

Harga

Harga adalah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mempunyai atau menggunakan suatu produk atau jasa, dan untuk memuaskan keinginan pelanggan itu sendiri.

Ada beberapa dimensi untuk mengukur harga seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2016:278) yaitu :

- 1.Keterjangkauan
- 2.Kesesuaian kualitas
- 3.Kesesuaian manfaat
- 4.Daya saing

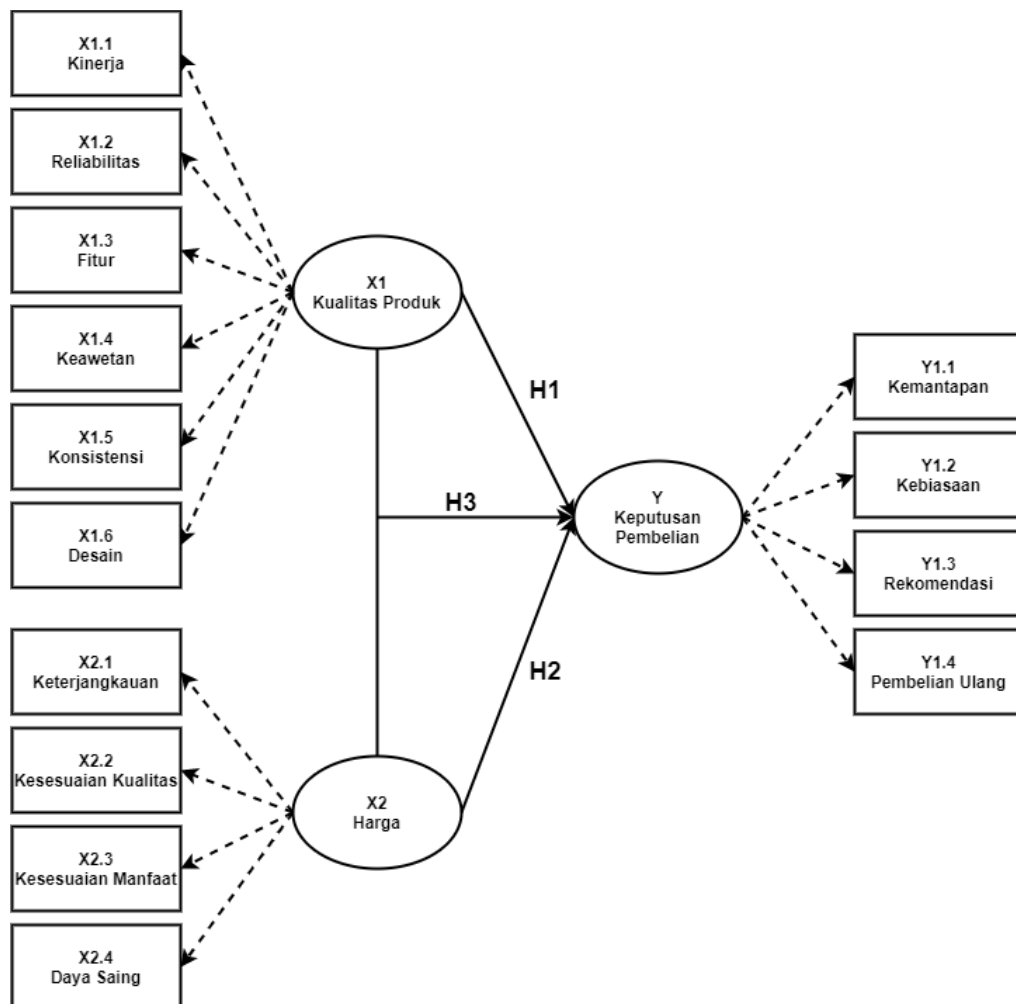
Keputusan Pembelian

Imantoro (2018:96) menjelaskan keputusan pembelian adalah mengambil kebijakan dalam melaksanakan kepastian dalam membeli. Indikator dalam penelitian ini menurut Kotler dan Keller (2016:223):

- 1.Kemantapan
- 2.Kebiasaan
- 3.Rekomendasi
- 4.Pembelian ulang

KERANGKA KONSEPTUAL

Peneliti mengambil gambaran kerangka konsep untuk penghubungan teori kedua variabel yaitu *independent variable* dan *dependent Variable*. Dipenelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Data yang didapat berdasar pembagian angket/kuesioner ke responden yang ada di PT. Margahayu Citra Utama. Yang dianalisa *statistic* dan nantinya akan menjadikan jawaban dari tujuan yang diajukan. Peneliti mengambil populasi semua konsumen, peneliti juga mengambil *sampling accidental* disaat membagikan angket/kuesioner. kemudian didapatkan 88 Responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic Version 23*. Berikut tabel 1.1 merupakan perhitungan analisis regresi linier berganda.

Tabel 1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		t	Sig.
	Coefficients			
	B			
(Constant)	15,183		4,883	0,000
(X ₁)	0,145		2,659	0,009
(X ₂)	0,316		3,849	0,000

Sumber : *Output SPSS, diolah 2020*

Dari tabel tersebut diketahui regresi yang terbentuk :

$$Y:15,183+.145X_1+.316X_2+e$$

Keterangan :

- a. Nilai konstanta a sebesar 15,183
- b. Koefisien variabel X₁ sebanyak .145
- c. Koefisien variabel X₂ sebanyak .316

UJI HIPOTESIS

Uji-t

Hasil pengujian ini peneliti dibantu menggunakan *Software IBM SPSS Statistic Version 23* dan didapat hasil di tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2

Uji-t		
Variabel	T	Sig
(X1)	2,659	,009
(X2)	3,849	,000

Sumber : Output SPSS, Data diolah 2020

Dari tabel tersebut terlihat tingkat signifikansinya dari X1 bernilai sebanyak ,009<0,05 maka bisa dikatakan H₀ ditolak dari derajat kepercayaan 5%, sedangkan H₁ diterima dari derajat kepercayaan 5%. yang berarti, variabel X1 mempengaruhi Y. Tingkat signifikansi variabel X2 bernilai .000<0.05. Jadi bisa dijelaskan H₀ ditolak dari derajat kepercayaan 5% sedangkan H₁ diterima dari derajat kepercayaan 5%. yang berarti, variabel X2 mempengaruhi Y.

Uji-F

Hasil pengujian Uji-F peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic Version 23*. Berikut hasil perhitungan pengujian bisa dilihat berikut ini:

Tabel 1.3

Uji-F

	F Hitung	Sig
Regression	14,847	,000b

Sumber : Output SPSS, Data diolah 2020

Dari tabel 1.3 didapatkan tingkat sig. 0.000^b<0.05. maka bisa dijelaskan H₀ ditolak dari derajat kepercayaannya 5%. sedangkan H₁ diterima dari derajat kepercayaannya 5%. Maka diartikan variabel kedua *variabel independent* tersebut mempengaruhi bersama/simultan terhadap *variable dependent* (Y).

SIMPULAN

Hasil perhitungan/pengujian tersebut bisa di simpulkan :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan dengan tingkat signifikansi bernilai .009.
2. Harga mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan tingkat signifikansi bernilai .000.

3. Sedangkan baik kualitas produk maupun harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan simultan pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan tingkat signifikansinya bernilai .000^b.

IMPLIKASI

Perusahaan harus membuat terobosan-terobosan inovasi baru agar bisnis tekstil tenun bisnis di PT. Margahayu Citra Utama kedepannya konsumen lebih memilih produk-produknya diperusahaan tersebut. Serta PT. Margahayu Citra Utama agar lebih ditingkatkan kembali dalam kualitas produknya, harganya, agar menciptakan kepuasan konsumen yang baik dalam suatu bisnis.

KETERBATASAN PENELITIAN

- a. Didalam penelitian yang dilakukan yaitu metode kuantitatif. Data berupa angka yang didapat dari item pernyataan dikuisisioner yang diajukan peneliti. sehingga penelitian terbatas oleh variabel tersebut.
- b. Dipenelitian ini, peneliti hanya sebatas menguji beberapa faktor yang dapat dipengaruhi keputusan pembelian
- c. Jawaban yang diberikan oleh responden kadang kurang menggambarkan dengan keadaan lapangan yang sesungguhnya. Sehingga keterbatasan ini diharapkan untuk lebih diperhatikan bagi peneliti selanjutnya.
- d. Pada saat penyebaran pernyataan yang ada dikuisisioner dibarengi dengan wabah SARS CoV-2 sehingga tidak kondusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst, 2017, Pengaruh Citra Merk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Bagus, I Made dan Sutarna Wisnu, 2015. Manajemen Pemasaran. Adi Buana University Press.
- Imantoro, Fatih, Suharyono, Sunarti. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 57 No. 1.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2016, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller., 2016, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Kurniawan, Widiar Onny. 2019. "Penerrapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X"." *Journal of Economics Development Issues*2(02).

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, Perilaku Konsumen–Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian, ANDI, Yogyakarta.

Untarini, Nindria, 2014. Perilaku Konsumen. Unesa University Press.

<https://kemenperin.go.id/artikel/20462/Kemenperin-Targetkan-Ekspor-Tenun-dan-Batik-Sentuh-USD-58.6-Juta>

<https://kemenperin.go.id/artikel/21508/Industri-Tekstil-Siap-Keluar-dari-Tekanan-Global>

<https://www.republika.co.id/berita/humaira/fashion/14/05/02/n4x8fq-membedakan-sutra-atm-dan-atbm>