

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK

(EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BATIK PURCHASE
DECISIONS)

Ayu Kurnia Ratna Sari¹, Endang²

Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Bojonegoro¹

fanara.ayu@gmail.com

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Bojonegoro²

endangse022@gmail.com

Info Artikel

Diterima November ,13
2020

Direvisi Januari 20, 2021

Dipublikasi Februari 25,
2021

Kata Kunci:

*Kualitas Produk, Harga,
Keputusan Pembelian*

Keywords : *Product
Quality, Price, Purchase
Decision*

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik; untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik dan untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas batik dan harga terhadap keputusan pembelian batik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Neny Bateeq Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro. Pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi ganda digunakan untuk menganalisa nilai pengaruh dua variable bebas atau lebih terhadap satu variable terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variable bebas terhadap variable terikat. Hasil penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 5,072 dengan nilai signifikan 0,000, menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian batik. Variabel harga diperoleh dengan nilai t hitung sebesar 2,022 dan nilai signifikansi $0,050 \leq 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian batik. Nilai F hitung sebesar 26,539 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik.

Abstract

The research objective was to determine the effect of product quality on batik purchasing decisions; to determine the effect of price on batik purchasing decisions and to determine the simultaneous effect of batik quality and price on batik purchasing decisions. The population in this study were consumers of Neny

Bateeq, Bojonegoro District, Bojonegoro Regency. Data collection uses primary and secondary sources. The analysis technique used is multiple regression analysis, which is used to analyze the effect value of two or more independent variables on one dependent variable (to prove whether there is a functional relationship or a causal relationship between two or more independent variables on the dependent variable. The results showed that the t value was 5.072. with a significant value of 0.000, indicating that the variable quality of the product has a significant effect on the decision to buy batik. F count of 26.539 with a significant value of 0.000 <0.05, meaning that the product quality and price simultaneously have a significant effect on batik purchasing decisions

PENDAHULUAN

Industry rumah tangga kerajinan batik di Kabupaten Bojonegoro memiliki potensi yang sangat bagus dan memiliki nilai jual yang sangat tinggi. Batik merupakan salah satu produk unggulan di Kabupaten Bojonegoro. Industry kerajinan batik yang terkenal di Kabupaten Bojonegoro yaitu motif jenogoroan. Sentra industry batik yang ada di Kabupaten Bojonegoro antara lain ada di kecamatan bojonegoro, sumberejo, purwosari, dander dan kecamatan temayang. Potensi usaha batik di Kabupaten Bojonegoro memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan perekonomiannya karena keanekaragaman motif batik jonegoroan menjadi daya tarik yang dimiliki Kabupaten Bojonegoro.

Peraturan Bupati Bojonegoro No. 44 tahun 2014, “bahwa untuk mewujudkan kebanggaan bersama terhadap “Batik” yang telah diakui sebagai warisan budaya dunia dan meningkatkan kemampuan daya saing khususnya bagi usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi di kabupaten Bojonegoro serta menumbuhkan kembangkan produk batik lokal sebagai usaha meningkatkan penguatan ekonomi di daerah yang secara tidak langsung dapat memperluas lapangan kerja, maka diperlukan upaya promosi baik didalam maupun diluar wilayah Kabupaten Bojonegoro melalui kebijakan dengan menjadikan batik sebagai pakaian dinas Pegawai Negeri Sipil di Kabupaten Bojonegoro”.

Berdasarkan pada peraturan Bupati Bojonegoro tersebut maka industry rumah tangga kerajinan batik di Kabupaten Bojonegoro memiliki peluang yang sangat bagus. Hal tersebut membuat para pelaku usaha batik tidak menyia-

nyiakkan kesempatan untuk terus menciptakan inovasi dan siap bersaing dalam menarik perhatian konsumen.

Dilihat dari fenomena tersebut, tingkat persaingan antar pengelola industry kerajinan batik semakin ketat, khususnya pada industry rumah tangga kerajinan batik yang memiliki produk yang sama. Semakin banyak pilihan produk batik yang sama, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk batik yang sesuai dengan harapannya. Konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam memilih batik.

(Hertita, 2018), Kualitas produk merupakan bagian dari customer experience. Kualitas produk yang baik dan original memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan, sehingga hal tersebut membuat pelanggan enggan pindah ke pesaing.

(Oentoro, 2012), harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Strategi penentuan harga yang mempengaruhi psikologi konsumen adalah 1) *prestige pricing* (harga prestis) menetapkan harga yang tinggi demi membentuk image kualitas produk yang tinggi yang umumnya dipakai untuk produk shopping dan specially; 2) *old pricing* (harga ganjil) menetapkan harga ganjil atau sedikit dibawah harga yang telah ditentukan dengan tujuan agar pembeli secara psikologis mengira produk yang akan dibeli lebih murah; 3) *multiple-unit pricing* (harga rabat) memeberikan potongan harga tertentu apabila konsumen membeli produk dalam jumlah banyak; 4) *price lining* (harga lini) memberikan cakupan harga yang berbeda pada lini produk yang berbeda. (Kristanto, 2009), harga adalah nilai uang (monetary value) dari produk atau jasa yang dipasarkan.

(Sopiah, 2013), keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali dengan lankah-langkah antara lain pengenalan kebutuhan, waktu, perubahan situasi, kepemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, konsumsi produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, pencarian informasi, pencarian internal dan pencarian eksternal.

Dalam persaingan yang semakin ketat, keberhasilan industri rumah tangga kerajinan batik banyak ditentukan oleh ketepatan pemilik usaha dalam menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

Terlebih pada kondisi sekarang, pemasaran merupakan pertempuran persepsi konsumen dan tidak lagi sekedar pertempuran produk tetapi keputusan pembelian juga sangat berpengaruh untuk memenangkan pasar. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik dan untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas batik dan harga terhadap keputusan pembelian batik.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di Neny Bateeq Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro dengan pertimbangan bahwa Neny Bateeq telah memproduksi batik Bojonegoro dan eco print.

Variabel yang diamati adalah kualitas produk, harga dan keputusan pembelian batik di Neny Bateeq Kecamatan Bojonegoro.

(Putrawan, 2017), Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Sampel adalah bagian dari populasi, sehingga sampel yang representative, benar-benar mencerminkan ciri-ciri dari populasinya. (Sugiyono, 2017), Rescoe dalam buku *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*; memberikan saran- saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40.

(Sugiyono, 2017), pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber primer dalam penelitian ini adalah pemilik, pegawai dan konsumen Neny Bateeq. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

(Sugiyono, 2017), Instrument dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner. (Fauzi, 2009), Instrumen penelitian yang menggunakan skala linkert dibuat dalam bentuk check list. Skala linkert pada penelitian ini menggunakan 5 poin.

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas

Hasil pengujian menunjukkan nilai r hitung variabel X_1 (kualitas produk) berkisar antara 0,718 sampai 0,805, maka dapat dilihat semua item total correlation memiliki nilai $> r$ tabel (0,264) artinya semua variable kualitas produk valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa item angket dapat digunakan untuk mengukur variable yang diteliti.

Nilai r hitung variable X_2 (harga) berkisar antara 0,706 sampai 0,879, maka dapat dilihat semua item memiliki nilai $> r$ tabel (0,264) artinya semua variable harga valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa item angket dapat digunakan untuk mengukur variable yang diteliti.

Nilai r hitung variable Y (keputusan pembelian) berkisar antara 0,586 sampai 0,794, maka dapat dilihat semua item total correlation memiliki nilai $> r$ tabel (0,264) artinya semua variable keputusan pembelian valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa item angket dapat digunakan untuk mengukur variable yang diteliti.

2. Uji reabilitas

Hasil pengujian reliabilitas, diketahui nilai koefisien alpha untuk variable kualitas produk (X_1) sebesar 0,850, variable harga (X_2) 0,873, keputusan pembelian (Y) 0,736, karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$ artinya instrument penelitian dinyatakan reliable dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data. Dengan demikian nilai koefisien hitung alpha lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$, maka dapat dikatakan bahwa instrument penelitian tersebut dinyatakan reliable.

3. Uji asumsi klasik

a. Multikolinieritas

Berdasarkan hasil output tersebut variable kualitas produk memiliki nilai VIP sebesar 1,327 dan variable harga memiliki nilai sebesar 1,327, nilai dari variabel tersebut kurang dari 10 sehingga bisa dikatakan tidak ada masalah multikolinieritas.

b. Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai $du < DW < (4-du)$ atau $1,600 < 2,079 < 2,400$ artinya model regresi bebas tidak mempunyai problem autokorelasi.

c. Heterokedastisitas

Terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar ke atas dan dibawah 0 (nol), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier berganda

Hasil pengujian pada tabel 5 dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,791 + 0,569 X_1 + 0,225 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 3,791 mempunyai makna bahwa nilai konstanta positif menunjukkan bahwa keputusan pembelian sebesar 3,791 dengan asumsi bahwa variable independent X_1 dan X_2 sama dengan 0 (nol) dan bila variable independent naik atau berpengaruh dalam satu satuan maka variable keputusan pembelian akan naik satu satuan.
- b. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,569 memiliki arti bahwa koefisien regresi positif. Jika kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,569 atau 56,9% dengan asumsi bahwa variable lain konstan.
- c. Koefisien regresi harga sebesar 0,225 memiliki arti bahwa koefisien regresi positif. Jika harga meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,225 atau 22,5% dengan asumsi bahwa variable lain konstan.

5. Uji t

Hasil uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 5,072 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Neny Bateeq. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik terbukti kebenarannya sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil uji t variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 2,022 dan nilai signifikansi $0,050 \leq 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Neny Bateeq. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik terbukti kebenarannya sehingga hipotesis kedua diterima.

6. Uji F

Hasil analisis didapat nilai F hitung sebesar 26,539 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik di Neny Bateeq. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik terbukti kebenarannya sehingga hipotesis ketiga diterima.

7. Koefisien determinasi

Model Summary diketahui nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,589. Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,589 atau 58,9% dipengaruhi oleh variable kualitas produk (X_1) dan Variabel harga (X_2). Sedangkan sisanya ($100\% - 58,9\% = 41,1\%$) dipengaruhi oleh variable lain di luar variable yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Nenny Bateeq dan variable harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Nenny Bateeq. Variable kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Nenny Bateeq.

Saran Bagi Neny Bateeq adalah agar membuat produk yang baru dengan jumlah yang terbatas terutama pada desain batik, melakukan quality control terhadap batik sebelum dijual supaya menghindari kemungkinan adanya produksi yang rusak atau cacat, lebih selektif lagi dalam memilih bahan batik dan memberikan *voucher* belanja dengan menggunakan periode pembelanjaan tertentu

agar konsumen datang kembali, serta mengikuti pameran-pameran batik yang diadakan pemerintah Kabupaten Bojonegoro serta luar Kabupaten Bojonegoro agar batik dari Neny Bateeq dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat.

Saran bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk penelitian selanjutnya agar menambah variable yang sudah digunakan dalam penelitian ini, agar dapat mengetahui variable-variabel lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian batik di nenny bateeq dan disarankan untuk penelitian berikutnya agar menggunakan responden lebih banyak lagi sehingga hasil lebih lengkap

DAFTAR PUSTAKA

- Ghofur, A., Badriyah, N., Zahro, E. K., & Kusumaningrum, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga Barang, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Organik Non Subsidi Pada CV Gunung Mas Gresik. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 927-936.
- Agung, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Al- Barokah Pakandangan Kabupaten Sumenep.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bojonegoro, P. B. (2014). Peraturan Bupati Bojonegoro No. 44 tahun 2014, Tentang Perubahan atas Peraturan Nomor 34 Tahun 2010 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Bojonegoro: Pemerintah Kabupaten Bojonegoro.
- Edy, I. T., Mauladi, K. F., & Efendi, Y. (2020). ANALISIS FAKTOR PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG ELEKTRONIK PADA UD. DEWI SRI ELEKTRONIK LAMONGAN. *Media Mahardhika*, 19(1), 124-129.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Hertita, D. (2018). *Setiap Pebisnis Harus Punya Buku Ini*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Irawan, M. R. N. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140-156.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing* 14E. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kristanto, H. (2009). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen, Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ayu Kurnia Ratna Sari¹, Endang²

Maria Agatha, (2018), Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung, Jupeko, Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi), Vol 3, No 2, 2018

Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.

Putrawan, I. M. (2017). *Pengujian Hipotesis Dalam Penelitian-Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Rosita, Inne Satyawisudarini, 2017 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian *Online* Produk *T-Shirt* Samesame *Clothing*), Jurnal Manajemen Dan Bisnis (*Almana*) Vol. 1 No. 3

Saebani, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Batik Dinar Hadi Surakarta, (18).

Sambas ali muhidi, maman A. (2011). Analisis Korelasi, Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian. Bandung: Pustaka Setia.

Sopiah, E. M. S. (2013). Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: ANDI.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tantric, A. T. F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa