PENGARUH HARGA, SELERA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN TEMPE PAK YUDI TAHUN 2015

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Disusun Oleh :

DEVI ANGGUN FATMALA

11.1.02.02.0336

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

DEVI ANGGUN FATMALA

NPM : 11.1.02.02.0336

Judul :

PENGARUH HARGA, SELERA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN TEMPE PAK YUDI KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal 15 Agustus 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ec, Ichsanudin M.M	**Sigit Puji Winarko S.E, S. Pd. M. Ak**
NIDN.0723105703	**NIDN.0716057101**

Skripsi oleh :

DEVI ANGGUN FATMALA

NPM : 11.1.02.02.0336

Judul :

PENGARUH HARGA, SELERA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN TEMPE PAK YUDI KEDIRI TAHUN 2015

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal 15 Agustus 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji :

1. Ketua : Drs. Ec, Ichsanudin, M.M
2. Penguji I : Dra. Puji Astuti, M.M., M.Si
3. Penguji II : Sigit Puji Winarko S.E, S. Pd. M. Ak

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Sri Aliami, M. M
NIDN 0716086403

UPAYA PENINGKATAN HASIL BELAJAR SERVIS ATAS MELALUI MODEL PEMBELAJARAN *COOPERATIVE LEARNING* DALAM PERMAINAN BOLAVOLI PADA SISWA KELAS X SMK NEGERI 1 GROGOL TAHUN AJARAN 2014/2015

Devi Anggun Fatmala
NPM: 11.1.02.02.0336
Email: devianggunfatmala@gmail.com
Fakultas Ekonomi-Program Studi Manajemen
Drs. Ec, Ichsanudin M.M[1] dan Sigit Puji Winarko S.E, S. Pd. M. Ak[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Setiap pengusaha dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan pengusaha - pengusaha lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu pengusaha dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa variabel pengaruh harga, selerai, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan tempe di Dusun Manukan Desa Jabon Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu pengaruh harga, selera dan kualitas produk serta variabel keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengambil keputusan dalam membeli produk makanan tempe Pak Yudi di Dusun Manukan Desa Jabon Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri pada tahun 2015 yang berjumlah 35 orang di Kediri dengan sampel yang diambil sebanyak 35 orang responden. Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Metode survey dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dengan pengolahan data yang di bantu program SPSS v.20 *for windows.*

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga, selera, kualitas produk tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan tempe pak Yudi.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk makanan tempe dipengaruhi oleh variabel harga, selera dan kualita sproduk dijelaskan oleh variabel yang lain atau sebab-sebab diluar model regresi penelitian ini misalnya pelayanan, aksestabilitas pendapatan konsumen, saluan distribusi dan sebagainya.

Kata kunci : *pengaruh harga, selera dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk.*

I. LATAR BELAKANG

Setiap pengusaha dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan pengusaha - pengusaha lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Kondisi ini semakin memperketat persaingan dalam dunia bisnis yang mengharuskan perusahaan untuk dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Salah satu sektor yang berada dalam kondisi seperti ini adalah usaha pembuatan tempe. Dalam ketatnya persaingan usaha pembuatan produk tempe, para pengusaha dituntut melakukan terobosan-terobosan untuk meraih kepuasan konsumennya, diantaranya adalah menetapkan harga dan membuat produk yang berkualitas untuk menarik konsumen melakukan keputusan pembelian.

Dengan adanya penetapan harga yang baik akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar bagi perusahaan. Selain penetapan harga, perusahaan sebaiknya memperhatikan selera konsumennya. Selera konsumen senantiasa harus mendapat perhatian utama dari perusahaan karena ada dorongan naluri untuk mengambil keputusan pembelian Variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut.

Produk olahan makanan tempe Pak Yudi Kediri yang menjadi objek penelitian merupakan salah satu produsen yang mengelola produk makanan tempe di salah satu desa di kabupaten kediri tepatnya di Dusun Manukan Desa Jabon Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri, harus berusaha keras untuk memenangkan persaingan agar bisa selalu dihati konsumen.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Selera dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Tempe Pak Yudi Tahun 2015“**.

II. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan metode survey yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengawasi, meneliti, serta mengecek data-data yang berbentuk uraian kata atau laporan, kemudian dianalisis dengan cara membandingkan antara kenyataan yang ada di perusahaan dengan teori-teori yang ada. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke industri rumah tangga produk makanan tempe Pak Yudi di dusun manukan desa jabon kecamatan banyakan kabupaten kediri yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu sebanyak 35 orang. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik *purposive quota sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan regresi linear regresi berganda.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		35	35	35	35
Normal Parameters[a,b]	Mean	33,7714	71,9429	33,8286	76,0857
	Std. Deviation	3,97111	4,42944	8,33512	9,26210
Most Extreme Differences	Absolute	-156	,149	,176	,175
	Positive	-120	,105	,176	,161
	Negative	-,156	-,149	-,175	-,175
Kolmogorov-Smirnov Z		,925	,879	1,040	1,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,359	,423	,230	,234

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,877	1,292		,678	,503		
	Harga	,904	,356	,816	5,347	,000	,211	6,670
	Selera	,426	,199	,296	7,166	,000	,208	6,056
	Kualitas Produk	,092	,122	,511	8,977	,000	,180	7,474

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 3. Uji Auto Korelasi Model Summary[b]

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,996[a]	,992	,991	,87092

a. Predictors: (Constant), Harga, Selera, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4. Tabel Anova Hasil Analisis Data

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2893,229	3	964,410	1271,462	,000[b]
	Residual	23,514	31	,759		
	Total	2916,6743	34			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Selera, Kualitas Produk

Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS) di bawah keempat variabel diperoleh nilai sebesar 0,257 ; 0,152 ; 0,261 ; 0,126 > 0.05. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal, sehingga dapat digunakan untuk pengolahan.

Analisis Regresi Berganda

Dari table di atas hasil analisis regresi berganda dapat diketahui model persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y=7,877 + 0,904X_1 + 0,426X_2 + 0,092\ X_3$$

a. a = 7,877; artinya apabila variabel harga (X_1) selera (X_2) dan kualtas produk (X_3) tidak memiliki pengaruh maka kepuasan pelanggan sebesar 7,877.
b. b_1 = 0,904 artinya apabila harga (X_1) naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,904 satuan. Dengan asumsi apabila variabel lainnya konstan.
c. b_2 = 0,426 artinya apabila selera (X_2) naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,426 satuan. Dengan asumsi apabila variabel lainnya konstan.
d. B_3 = 0,092 artinya apabila kualitas produk (X_3) naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,092 satuan. Dengan asumsi apabila variabel lainnya konstan.

4. **Uji Determinasi (R2)**

Hasil *Adjusted R Square* yang didapat adalah 0,834. Hal ini berarti 83% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sistem informasi, kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan 17% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

Pengujian Hipotesis

Dari tabel 4.4di atas dapat diketahui bahwa:

a. H_0 ditolak, Ha diterima, hasil nilai sig. Harga (X_1) mempunyai nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05 atau dapat dikatakan variabel harga (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
b. H_0 ditolak, Ha diterima, hasil nilai sig. selera (X_2) mempunyai nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05 atau dapat dikatakan variabel selera (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

H_0 ditolak, Ha diterima, hasil nilai sig. Kualitas produk (X_3) mempunyai nilai sig. sebesar 0,001 < 0,05 atau dapat dikatakan variabel kualitas produk (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan penjelasan dalam analisis data sebelumnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini memberi arti bahwa harga yang sesuai dan terjangkau dapat menimbulkan keputusan pembelian.

1. Selera mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini memberi arti bahwa pengutamaan selera dapat menimbulkan keputusan pembelian.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini memberi arti bahwa kualitas produk yang baik dapat menimbulkan keputusan pembelian.
3. Harga, selera, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Dan variabel yang dominan dalam penelitian ini adalah variabel harga (X1)

Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan di atas berikut beberapa saran yang dapat disampaikan :

1. Karena harga, selera, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka selera dan kualitas produk di olahan produk makanan tempe Pak Yudi perlu dipertahankan dan meningkatkannya, serta memberikan harga yang sesuai, agar mampu menghadapi persaingan dalam menguasai pasar.
2. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan dimensi harga selain yang dikemukakan oleh Stanton dalam Laksana (200:105) adalah Mc Charty dalam Swastha (2010:125) yang mempunyai variabel tingkat harga, potongan harga, waktu pembayaran, dan syarat pembayaran. Sehingga diharapkan nantinya dapat diperoleh perkembangan penelitian tentang pengaruh harga yang lebih baik lagi. Dan para peneliti mendatang dapat melakukan penelitian tentang keputusan pembelian dengan menambahkan jumlah variabel penelitian dan memasukkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang belum ada dalam penelitian ini agar hasil penelitian lebih maksimal.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 2000. *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Yogyakarta : BPFE.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Fajar, Laksana, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Kotler, Philip. 1991. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

_ _ _ _ . 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran.* Jilid 1, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

_ _ _ _ . *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta. 2004.

_ _ _ _ . (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

_ _ _ _ . 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi kesebelas*. Jakarta : Erlangga.

Montgomery, Douglas C. (2001). *Introduction to Statistical Quality Control*. John Wiley and Sons, Canada.

Mc Carthy dan Perrefault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

Surati, Redjosuwito**.** *Dampak Perubahan Selera Konsumen Terhadap Daur Hidup Produk*, Diunduh 12 Maret 2015

Tjiptono. 2002. *Pemasaran Jasa* . ANDI : Yogyakarta