

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KEK PISANG VILLA DI OUTLET BOTANIA KOTA BATAM

Bayu Setiadji, Andi M.Lutfhi

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Batam University, Indonesia.

Coresspondent:

Email: bayusetiadji@gmail.com

ABSTRACT

In an era where technology is so sophisticated as it is today, it triggers very tight competition in the business world, plus the Covid-19 pandemic outbreak that originated in Wuhan, China in early 2020 until today has forced business actors to work even harder. All means and efforts are made so that their business can survive or even increase and can face increasingly fierce competition. The results of this study indicate that price, product quality and promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions. Price, product quality and promotion together will have an influence on purchasing decisions.

Keywords: Price; Product Quality; Promotion; Purchase Decision..

PENDAHULUAN

Di zaman yang teknologinya serba canggih seperti zaman sekarang ini memicu persaingan yang sangat ketat di dalam dunia usaha, ditambah wabah pandemic Covid- 19 yang bersal dari Wuhan, China di awal tahun 2020 sampai hari ini membuat para pelaku usaha harus bisa bekerja lebih keras lagi (Ariani et al., 2020). Segala cara dan upaya dilakukan agar usaha mereka bisa bertahan atau bahkan meningkat serta bisa menghadapi persaingan yang semakin ketat. Banyak di antara mereka yang tidak bisa bertahan dan pada akhirnya berujung pada penutupan sementara atau bahkan permanen.

Wabah Covid-19 belakangan ini sangat berdampak besar terhadap hampir semua jenis industry, terutama industry makanan dan oleh - oleh. Pembatasan jam operasional, pembatasan pengunjung, protocol kesehatan yang tidak sedikit menelan biaya bahkan sampai penutupan sementara. Disisi lain tanggungan perusahaan yang menjadi beban setiap bulanya seperti pembayaran gaji karyawan, pembayaran listrik, pembayaran air, dan yang semisal lainnya tetap harus dipenuhi.

Review Literatur Dan Hipotesis

Menurut (Alma, 2018) Nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut Sofjan Assuari (2015:211) Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Menurut (Nembah & Ginting, 2011). Hartimbul Ginting, (2011:34) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi dalam menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen untuk membeli dan memakai produk tersebut. Menurut Tjiptono, (2012:21) Keputusan

pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

METODOLOGI

Menurut (D. Sugiyono, 2013), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut (Darmadi, 2013), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri - ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:13) data penelitian pada pendekatan kuantitatif berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan serangkaian instrumen penelitian berupa tes/kuesioner. Data yang terkumpul kemudian dikonversikan menggunakan kategori/kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Kualitas penelitian kuantitatif ditentukan oleh banyaknya responden penelitian yang terlibat. Hasil penelitian kuantitatif berupa fakta/teori yang berlaku secara umum (generalized), menjelaskan hubungan antar variabel, menguji teori, dan melakukan generalisasi fenomena sosial yang diteliti.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang

didapatkan secara langsung. Data dihasilkan dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden yaitu Sebagian Villa Kek Pisang outlet Botania.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di Villa Kek Pisang yang terletak di Botania Garden blok B2 No. 12A Batam Center. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari – Agustus 2021.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Rumengan, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen yang membeli produk Kek Pisang Villa pada outlet- Botania pada tahun 2020 kurang lebih sebanyak 2000. Sampel adalah bagian dari populasi dengan karakteristik yang dianggap mewakili populasi penelitian (Rumengan, 2015). Sedangkan menurut Sugiyono (2011:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik accidental sampling, yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono, dalam Adi, 2012 : 52).

Definisi Variabel

Menurut Rumengan (2015:31) variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau dapat mengubah nilai. Rumengan (2015:31) menjelaskan bahwa proses pengukuran variabel merupakan rangkaian dari empat aktivitas pokok, yaitu Menentukan dimensi variable penelitian, merumuskan dimensi variable, menentukan tingkat ukuran yang akan digunakan dalam pengukuran.apkah skala nominal, ordinal, interval atau ratio. Menguji tingkat validitas dan realibilitas dari alat pengukur apabila yang dipakai adalah alat ukur ysng baru.

Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan atau survei yang dilakukan dengan cara peninjauan secara langsung pada tempat yang berkaitan untuk mendapatkan sumber data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer yang dilakukan melalui media kuesioner. Kuesioner yaitu lembaran pertanyaan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk, yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka, atau kuesioner dengan pertanyaan tertutup, atau kombinasi keduanya (Rumengan, 2015).

Uji Rintis Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah-tingkah atau kesalahan suatu instrument (Arikunto, 2019), suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menurut Sugiyono (2016: 177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (P.

D. Sugiyono, 2009). Uji reliabilitas dimaksud untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama.

Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) yang dimaksud dengan analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.. Analisis deskriptif meliputi analisis frekuensi, deskriptif, eksplorasi data tabulasi silang dan analisis rasio. Melalui analisis deskriptif dilakukan perhitungan sederhana. Berdasarkan perolehan hasil penghitungan dari skor jawaban responden dengan menggunakan skala Linkert (1 s.d 5), selanjutnya dibuatkan rata-rata jawaban responden dari masing-masing variabel.

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.

Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabelvariabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (, 2013:105).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2013).

Uji Autokorelasi

Menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011:80), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengguna (disturbance tern $-ed$) pada priode t dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Apabila terjadi korelasi maka hal tersebut menunjukkan adanya problem autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson. Untuk menentukan nilai dL (durbin lower) dan dU (durbin upper) dengan melihat table durbin = Watson, pada $\alpha = 5$ dan $k = 2$ (nilai k menunjukkan nilai variable bebas) dimana n merupakan jumlah responden. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut : (Sarjono dan julianita, 2011:84).

Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Penerapan analisis sederhana menurut Sugiono (2012:270) sebagai berikut, analisis

regresi linier digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Fungsi dari uji R² yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R² dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$.

Uji Simultan (F)

Fungsi uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya menurut Sugiono (2012,34).

1. Hasil dan Pembahasan

Harga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian. Uji hipotesis 1 uji statistik parsial -t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.024 dibawah 0.05 sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka H1 diterima. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Batam yang mana berdasarkan harga yang diberikan jika harga yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Batam. Hipotesis dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Meliana, (2013:247) yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian" hasilnya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian. Uji hipotesis 2 uji statistik parsial -t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.016 dibawah 0.05 sehingga

hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka H2 diterima.

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Batam. Villa Kek Pisang memberikan menu yang sesuai dengan harapan konsumen, memberikan spesifikasi yang lengkap pada menu nya dan memberikan menu yang dapat membuat terkesan maka ini akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Otlet Botania. Hipotesis dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso, (2019:12) " Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian " hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Otlet Botania.

Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian. Uji hipotesis 3 menggunakan uji statistik parsial -t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.000 dibawah 0.005 sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka H3 diterima. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Otlet Botania. Hasil ini menunjukkan bahwa Villa Kek Pisang memberikan Promosi yang menarik maka ini akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Otlet Botania. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nugraha, (2018:6) " pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian " hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang. Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian. Uji hipotesis 4 menunjukkan angka signifikansi sebesar 0.000 dibawah angka 0.05 sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sejati, (2016:6) dengan judul " pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian " hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga,

kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Harga, kualitas produk dan promosi bersama-sama akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya ketiga faktor tersebut akan membuat pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian pada Villa Kek Pisang Batam yang akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada Villa Kek Pisang Outlet Botania.

2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif pada variabel harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Outlet Botania. Terdapat juga pengaruh positif pada variabel kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Outlet Botania. Terdapat juga pengaruh positif pada variabel promosi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Villa Kek Pisang Outlet Botania. Terdapat juga pengaruh positif dan signifikan pada harga, kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan penulis memiliki keterbatasan baik tenaga maupun waktu maka disini penulis membatasi masalah dalam penelitian ini serta agar penelitian yang dilakukan bisa lebih terfokus. Variabel independennya yaitu, Harga, Kualitas Produk serta Promosi dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, maka diajukan saran dalam hal ini Villa Kek Pisang Outlet Botania harus memberikan value yang lebih dari harga yang telah diberikan. Karena untuk sebagian orang mungkin selain harga yang

terjangkau, perihal hal lebih yang mereka dapatkan juga bisa menjadi pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi mereka mengambil keputusan pembelian. Villa Kek Pisang Outlet Botania harus meningkatkan kualitas produk atau memberikan inovasi baru sesuai dengan tren yang sedang berlangsung di masa tersebut. Seperti ikut membuat waffle kekinian yang sekarang sedang hype dimana – mana ataupun mencoba terobosan baru seperti menjual minuman boba / thai tea / coffe, dan mengadirkan suasana baru ala café dalam took kue. Villa Kek Pisang Outlet Botania harus memberikan promosi semenarik mungkin sesuai dengan perkembangan zaman seperti aktif diberbagai media social, facebook, Instagram, twitter dan sebagainya agar konsumen bisa merasa lebih dekat dan tanpa ragu akan melakukan pembelian secara berulang. Hasil dari temuan dalam penelitian ini sebaiknya disempurnakan dengan penelitian yang lebih luas lagi untuk mengetahui faktor - faktor diluar harga, kualitas produk dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Daftar Rujukan [APA Style]

- Alma, 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta.
- Arikunto, S.(2015), prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmadi, Hamid. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Armico.
- Fandy Tjiptono, 2012. Service, Quality, & Satisfaction. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19. Badan Penerbit Universitas

- Diponegoro. Semarang.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, 2011,
Manajemen Pemasaran, Bandung:
- Yrama Widya. Sofjan Assauri. 2015.
Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers,
Jakarta.
- Rumengan. 2015. SPSS dengan Kuantitatif
dan Kualitatif. Batam: Uniba Press.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&B.
Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2014, Metode penelitian bisnis,
Cv. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian,
Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,
Alfabeta, Bandung.