

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA RO NAULI OLSHOP DI KECAMATAN SUNGGAL

Rianto Alex Sander Lumban Gaol¹, Eko Wahyu Nugrahadi²

Universitas Negeri Medan

e-mail: riantalexander05@gmail.com¹, ewahyunugrahadi@yahoo.com²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ro Nauli Olshop Di Kecamatan Sunggal, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Ro Nauli Olshop tahun 2023 yaitu 209 orang dengan jumlah sampel sebanyak 68 orang. Yang menjadi responden merupakan orang yang sudah pernah membeli sofa di Ro Nauli Olshop. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji F dan koefisien determinasi dimana data sebelumnya telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 25 for windows. Dari hasil analisis terlihat bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha Ro nauli olshop.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstract – This research aims to determine and explain the influence of product quality and price on purchasing decisions at the Ro Nauli Olshop business in Sunggal District, both partially and simultaneously. The population in this research is all Ro Nauli Olshop consumers in 2023, namely 209 people with a sample size of 68 people. The respondents were people who had bought a sofa at Ro Nauli Olshop. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis and hypothesis testing, t test, F test and coefficient of determination, where the data has previously been tested using validity tests, reliability tests and classical assumptions. Data processing uses the SPSS 25 for Windows program. From the results of the analysis, it can be seen that product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions in the Ro nauli online shop business.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan bisnis yang semakin meningkat sehingga menimbulkan persaingan antar pelaku usaha juga semakin ketat. Persaingan yang ketat membuat banyak pengusaha melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Perkembangan yang dibarengi dengan perubahan pola pikir konsumen yang dinamis mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Keberadaan konsumen memberikan pengaruh terhadap pencapaian perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan melalui pembelian produk. Jadi, konsumen merupakan faktor penting bagi perusahaan. Perusahaan harus benar-benar memfokuskan perhatian kepada konsumen dalam persaingan yang begitu sengit saat ini.

Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti adalah kualitas produk dan harga. Kotler dan Keller (2017), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi: daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Harga dapat menjadi indikator kualitas produk. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang

mahal dengan kualitas yang baik dan apabila harga produk murah, maka konsumen meragukan kualitasnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Haque, M.G., (2020) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Diduga kualitas produk yang kurang baik dan harga yang meningkat tiap tahunnya mempengaruhi keputusan pembelian.

Ro Nauli Olshop merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang furniture berada di Jalan Binjai KM 13, Medan Sunggal yang sudah berdiri selama 6 tahun dan memproduksi perabotan, seperti sofa dan lemari. Ro Nauli Olshop mempunyai tujuan yang sama seperti usaha pada umumnya yaitu mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dan mempertahankannya untuk jangka panjang. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dalam proses penjualan tersebut, konsumen akan mengambil atau membuat keputusan pembelian yang adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Amstrong 2014).

Saat ini dalam perkembangannya telah menghadapi banyak persaingan dari usaha sejenis lainnya dan dalam proses penjualan terdapat kendala yang terjadi seperti target penjualan sofa bulan Januari-Desember yang tidak terpenuhi dan mengalami fluktuasi atau tidak stabil. Penjualan terendah terjadi pada bulan April dan Juni yang hanya mencapai 13,3%. Ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Ro Nauli Olshop masih belum maksimal. Sehingga tujuan dari usaha tersebut dalam mendapatkan laba belum maksimal.

Konsumen sekarang mempunyai tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan bervariasi karena dihadapkan pada berbagai pilihan baik berupa barang maupun jasa yang bisa diperoleh mereka. Dalam hal ini, perusahaan yang cerdas akan berusaha memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman konsumen dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Karena hal inilah yang menyebabkan perusahaan harus memahami faktor penyebab terjadinya keputusan pembelian dalam membeli suatu produk agar konsumen membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan.

Dari uraian di atas maka perlu kiranya Ro Nauli Olshop memperhatikan kualitas produk dan harga dalam menentukan keputusan pembelian sehingga konsumen diharapkan melakukan pembelian ulang di masa akan datang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Ro nauli olshop yang beralamat di jalan Binjai Km 13, Jalan Bangun Mulia komplek perumahan Yasa Mikro Minimalis Medan krio, Kec. Sunggal, Kabupaten Deli Serdang. Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai dengan Mei 2024 yang meliputi pengumpulan dan pengolahan data. Menurut Arikunto (2019), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Ro nauli olshop yang berjumlah 209 orang sepanjang tahun 2023. Menurut Arikunto (2019), sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling menggunakan rumus Slovin.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji F dan koefisien determinasi dimana data sebelumnya telah diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan pengolahan data primer, sebaran gender responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 35% responden adalah laki-laki dan 65% responden adalah perempuan. Dan jika dilihat dari kelompok umur, mayoritas kelompok umur 20-30 tahun dengan presentasi 80%, kelompok usia 30-40 dengan presentasi 13 % dan kelompok usia 40-50 tahun dengan presentasi 7%.

Dan berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel keputusan pembelian, kualitas produk dan harga yang ditunjukkan dari nilai r hitung $>$ r tabel, maka dinyatakan bahwa semua variabel valid. Berdasarkan uji reliabilitas pada penelitian ini, menyatakan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang dapat diartikan bahwa variabel keputusan pembelian, kualitas produk dan harga adalah reliabel. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09625438
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.082
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Dari hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 25 for Windows, diketahui bahwa nilai signifikansi $0,075 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi dengan normal.

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji korelasi antar variabel independen. Berikut tabel hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

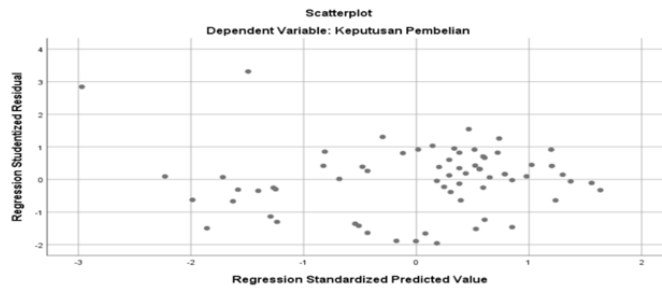
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.071	2.694		1.140	.258		
	Kualitas Produk	.266	.062	.180	4.288	.000	.969	1.032
	Harga	.760	.036	.894	21.238	.000	.969	1.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas produk dan harga sama yaitu $1.032 < 10$. Sedangkan nilai tolerance dari variabel kualitas produk dan harga juga memiliki nilai yang sama yaitu $0,969 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Berikut ini tabel hasil uji heterokedastisitas:



Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwasannya titi-titik data tersebar di sekitar nol serta tidak terkumpul pada 1 titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heterokedastisitas.

Tabel Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.071	2.694		1.140	.258
	Kualitas Produk	.266	.062	.180	4.288	.000
	Harga	.760	.036	.894	21.238	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

1. Nilai konstanta sebesar 3,071 menunjukkan bahwa apabila keputusan pembelian (Y) akan bernilai sebesar 3,071 pada saat kualitas produk (X1) dan harga (X2) bernilai nol (tidak ada).
2. Koefisien regresi kualitas produk (X1) bernilai 0,266. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dinaikkan sebesar 100% maka akan meningkatkan Keputusan pembelian sebesar 26,6%.
3. Koefisien regresi harga (X2) bernilai 0,760 menyatakan bahwa jika variabel harga dinaikkan 100% maka akan meningkatkan Keputusan pembelian sebesar 76%.

Tabel Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.071	2.694		1.140	.258
	Kualitas Produk	.266	.062	.180	4.288	.000
	Harga	.760	.036	.894	21.238	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai t hitung = 4,288 > 1,9971 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
2. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai t hitung = 21,238 > 1,9971 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05

Tabel Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2344.568	2	1172.284	258.811	.000 ^b
	Residual	294.417	65	4.529		
	Total	2638.985	67			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan data diketahui nilai F hitung sebesar 258,811 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil F hitung > F tabel yaitu 258,811 > 3,14. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y).

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943 ^a	.888	.885	2.128

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, nilai R = 0,943 menunjukkan adanya korelasi ataupun keterkaitan antara variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) dengan variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi (R2) adalah 0,888, hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan pembelian (Y) bisa dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersamaan sebesar 88,8%, serta sisanya sebesar 11,2% bergantung pada variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, diketahui bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis (H1) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada usaha Ro nauli olshop di Kecamatan Sungal. Oleh karena itu, sofa di Ro nauli olshop yang memiliki kualitas yang sesuai dengan selera konsumen dan menunjukkan kualitas yang baik dapat berdampak pada keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis (H2) menunjukkan terdapat hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian sofa pada usaha Ro nauli olshop di Kecamatan Sunggal, karena konsumen sering kali membandingkan harga dengan yang lain yang serupa. Hasil uji hipotesis (H3) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sofa pada usaha Ro nauli olshop,

pembuatan sofa yang berkualitas baik dan dengan harga yang terjangkau akan meningkatkan keputusan pembelian pada usaha Ro nauli olshop di Kecamatan Sunggal.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha Ro Nauli Olshop di Kecamatan Sunggal.
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian pada usaha Ro Nauli Olshop di Kecamatan Sunggal.
- c. Secara bersamaan (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada usaha Ro Nauli Olshop di Kecamatan Sunggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2021). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Persada.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cysara Frans Abdi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), h.31-38.
- Kotler, P., & Gary, A. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Manajement*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Montung, P. (2015). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran kawan baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), h. 789-800.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1, h. 755-764.
- Sudaryono. (2016). *Pengantar Bisnis Teori Dan Contoh Kasus*. Yogyakarta: Andi
- Yanto. T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). *Simki-Economic*, 1(2), h.45-57.