

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELUR ASIN TANGGUH BANJARBARU

Erlita Riska Putri¹, Akhmad Samhudi², Aida Vitria³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19311326

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 0006075901

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1123126801

E-mail : putrierlita41@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telur asin tangguh banjarbaru. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli telur asin tangguh banjarbaru. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data diperoleh dari penyebaran kuisioner melalui google form dengan sebanyak 100 responden sebagai sampel dengan menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan program SPSS 29. Hasil dari penelitian ini bahwa harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti melalui penelitian dari hasil uji t (parsial) dengan nilai t hitung 0,279 dan signifikansi 0,781 > 0,05 yang artinya menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari harga. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian . hal ini terbukti melalui penelitian dari hasil uji t dan t hitung 5,328 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti melalui penelitian dari hasil perhitungan uji f dengan f hitung sebesar 14,212 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas produk, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions of Banjarbaru tough salted eggs. The population used in this study is all consumers who have bought Banjarbaru tough salted eggs. The type of research used in this study is a type of quantitative research. The data was obtained from distributing questionnaires via the Google form with 100 respondents as a sample using a Likert scale. The data analysis technique used is multiple linear analysis using the SPSS 29 program. The result of this study is that price has a significant positive effect on purchasing decisions. This is proven through research from the results of the t test (partial) with a t value of 0.279 and a significance of 0.781 > 0.05, which means that price has a positive and significant influence on purchasing decisions. So there is a positive and significant influence of the price. Product quality has a significant

effect on purchasing decisions. this is proven through research from the results of the t test and t count 5.328 and a significance value of $0.000 < 0.05$, which means that product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions. Price and product quality simultaneously influence purchasing decisions. This is proven through research from the results of the f test calculation with f count of 14.212 and a significance value of $0.000 < 0.05$, which means that product price and quality simultaneously influence purchasing decisions

Keywords: *Price, product quality, purchase decision*

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Panji Arief. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Banjarnegara*. 2011.
- Anindhyta. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Factory Outlet BRMC, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Anugrah Janwar, Sopa Martina. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di The Secret Factory Outlet*.
- Anwar, iful. (2015). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian "Bunchbead Kota Malang"*.
- Chaudhry, Muhammad Syarif. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpretam Mandiri, 2010.
- Cravens, David. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Dede. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Great Store Clothing Samarinda. eJournal Administrasi Bisnis*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Frekkley Steyfli Maramis., Jantje L Sepang., Agus S Soegoto. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBE: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(3), 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP-Universitas Diponegoro, 2006.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- J, Supranto. dan Limakrisna Nandan (ed.). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

- Jayakusumah, Herdi. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bekasi), (*Skripsi SI, Uin Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011*).
- Johanes Gerardo Runtuuwu., Sem Oroh., Rita Taroreh. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(3), 2014.
- Kasmir dan Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis. 9 Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat, 2001*.
- Kotler & Armstrong. (2011). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenharlindo.
- Kotler & Armstrong. (2014). *Principle of marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen pemasaran*. PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler & P. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan kegunaan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat.
- Kuncoro. (2013). *Metode riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed). Erlangga.
- Machfoedz, & M. (2013) . *Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN*.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manullang, P. D. M., & Hutabarat, D. E. (2016) Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Yogyakarta : Indomedia Pustaka. Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global, Indomedia Pustaka*.
- Prayogo, M., & Liliani. (2017). *Pengaruh kualitas produk, harga dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian Bakso PEPO di Bandung*.
- Sangadji, & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Schifirman, & Kanuk. (2013). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran. Teori Dan Implementasi*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sunyoto, & Danang. (2013). *Perilaku Konsumen* (Center of).
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Manajemen Pemasaran, In Media.
- Surakhmad, W. (2015). *Panduan Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA.

Surakhmad, W. (2015). *Panduan praktis penulisan karya ilmiah*. PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA.

Tjiptono, & F. (2012). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi : BPFE.