

ANALISIS STRATEGI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN BERAS PADA TOKO ALFI BANJARMASIN

Muhammad Wiransyah Putera¹, H. Maskur², Prihatini Ade Mayvita³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 19310056

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0620111230

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0019057201

Email : wiransyah2811@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan strategi harga dan kualitas produk pada “Toko Alfi Banjarmasin” dalam meningkatkan keputusan pelanggan dan juga untuk mengetahui bagaimana kendala dalam penetapan strategi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada “Toko Alfi Banjarmasin”. Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Sampel penelitian terdiri dari 1 orang pemilik dan 2 orang konsumen yang akan menjadi narasumber penelitian dengan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yang diperoleh dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan : (1) strategi penetapan harga yang digunakan “Toko Alfi Banjarmasin” ialah menggunakan *Competition Based Pricing* dan terkait variabel harga produk beras sudah sangat baik karena harga sangat murah dari para kompetitor lainnya. Jadi, harga produk beras pada “Toko Alfi Banjarmasin” berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian, (2) dari segi variabel kualitas produk beras di “Toko Alfi Banjarmasin” sudah sangat baik karena kualitas produk mereka sudah terjamin sesuai dengan standar beras dari pemerintah Indonesia sehingga kualitas produk beras pada “Toko Alfi Banjarmasin” berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian dan (3) kendala yang dihadapi oleh “Toko Alfi Banjarmasin” adalah mengenai ketersediaan produk beras mereka karena beberapa orang menyatakan bahwa terkadang tidak tersedianya produk beras yang pelanggan inginkan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Heizer dan Render. (2014). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4)

Rahmawati, Y., & Nilowardono, S. (2018). The Effect Of Product Quality, Brand Trust, Price And Sales Promotion On Purchase Surabaya (Case Study In PT. Propnex Realti Visit). *Internasional Journal Of Intgrated Education, Engineering And Business*, Vol 1, 1-10.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.

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

Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.

Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen* 6, 6(1A), 88-108.