

The Influence Of Product Price And Quality On Purchasing Decisions

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Syahril Hasan

Universitas Balikpapan

Syahrilhasan2022@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of price and product quality on purchasing decisions for Implora cosmetic products in Balikpapan City. The population subjects of this research are all consumers who have purchased Implora products in Balikpapan City. The sample from this research was the entire population, namely 70 respondents. The data collection technique was carried out by filling out a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis techniques use normality test, reliability test, classical assumption test, f test and t test. The research results show that the analysis shows that there is an influence between price and product quality on purchasing decisions. There is an influence between price on purchasing decisions and there is an influence between product quality on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora di Kota Balikpapan. Adapun subjek populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk implora di Kota Balikpapan. Sampel dari penelitian ini adalah seluruh dari jumlah populasi yaitu sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner yang disebar melalui google form. Adapun teknik analisis data menggunakan uji normalitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis menyatakan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

1. Pendahuluan

Pada kehidupan saat ini, banyak yang menawarkan kemudahan dan kepraktisan untuk menunjang penampilan, salah satunya adalah pemakaian produk perawatan atau kosmetik. Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian kaum wanita untuk mendukung popularitasnya karena bagi wanita kecantikan adalah aset yang harus dijaga agar tetap menarik dipandang. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan, seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat. Seiring perkembangan zaman kosmetik telah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita.

Implora merupakan sebuah brand yang berdiri sejak tahun 2002 dan sudah mengeluarkan beberapa produk-produk kecantikan seperti eyeshadow, bedak, dan lipstik. Implora adalah salah satu brand kosmetik lokal asli Indonesia, yaitu tepatnya dari Sidoarjo. Saat ini, produk-produk kecantikan dari Implora juga berhasil mengambil hati banyak masyarakat Indonesia, khususnya para wanita. Pasalnya, produk dari Implora dipercaya memiliki kualitas yang tak kalah baik dibanding brand-brand kosmetik lainnya. Selain itu, produk kosmetik dari Implora ini dibanderol dengan harga yang sangat ramah di kantong.

2. Tinjauan Pustaka

Harga

Harga suatu produk merupakan ukuran konsumen untuk melakukan pembelian. Harga itu sendiri merupakan satu faktor penentu pembeli dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk. Harga digunakan jasa tersebut sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif karena harga juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang berbeda beda. Tidak jarang pula konsumen rela mengeluarkan biaya yang besar untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Hal ini mungkin terjadi karena konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi.

Kualitas Produk

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Citra dan Santoso (2016:4) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik akan dapat membuat konsumen menjadi percaya terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pada saat konsumen telah mengetahui keberadaan perusahaan, akan memudahkan perusahaan untuk mengeksplor produk apa saja yang dihasilkan dengan kualitas produk yang baik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada suatu produk.

Dapat diartikan bahwa kualitas suatu produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dari segi pemasar kualitas harus diukur dari sudut penglihatan dan tanggapan pembeli terhadap kualitas itu sendiri. Dalam hal ini selera pribadi sangat mempengaruhi. Oleh karena itu secara umum dalam mengelola kualitas produk, harus sesuai dengan kegunaan yang diharapkan.

Kualitas Produk

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi dengan perusahaan. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan.

Jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan. Sebaliknya untuk pembelian yang sifatnya rutin cenderung merupakan peristiwa yang menonton dan menunjukkan berkurangnya tingkat kesenangan.

Menurut Suharto (2016:30) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah semua tindakan yang menentukan semua pilihan yang ada untuk dipilih salah satu diantaranya, dengan melalui tahap pengenalan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, perilaku setelah pembelian.

3. Metode Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari konsumen dengan menggunakan metode penyebaran kuisisioner google form kepada konsumen produk impora yang ada di Kota Balikpapan. Data yang sudah dikumpulkan akan diolah oleh penulis dengan tujuan untuk proses pengambilan keputusan yang tepat dalam menjalankan bisnis produk implora.

Penulis membuat beberapa pertanyaan mengenai harga dan kualitas produk yang di berikan melalui Google Form kepada konsumen produk implora di Kota Pasuruan. Dalam penyebaran kuisisioner penulis berhasil mendapatkan 70 responden, hal ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui pandangan konsumen untuk meningkatkan kualitas dari produk implora.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian pada hakekatnya adalah metode ilmiah untuk memperoleh informasi untuk tujuan tertentu. Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk implora. Dalam penelitian ini, variabel independent yang digunakan adalah harga dan kualitas produk, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 dan melakukan beberapa uji seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik yang terdiri dari: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Selain itu, penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda dengan uji F untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Serta melakukan uji T untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Syarat melakukan model regresi yang baik dan benar, meliputi distribusi data yang normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan linearitas data.

Menurut Sugiyono (2011) Populasi adalah sebuah wilayah yang bersifat general dan terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan memenuhi karakteristik tertentu, pada saat ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Balikpapan, yang menggunakan produk implora. Disamping itu, menurut Wahidmurni (2017) sampel dapat diartikan sebagai jumlah sebagian dari populasi yang kedudukannya mewakili populasi dan dijadikan sebagai sumber pengumpulan data penelitian. Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian daripada jumlah dan karakteristik yang betul-betul representatif (mewakili) dari populasi tersebut.

Pada penelitian ini teknik sampling yang di gunakan yaitu, *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan dan peluang yang sama pada setiap unsur ataupun peserta dalam populasi yang telah ditentukan. *Probability sampling* memiliki beberapa teknik dalam menentukan sampel, salah satunya *purposive sampling* yaitu, teknik pengambilan atau metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Bersedia menjadi responden dalam penelitian ini
2. Memiliki usia minimal 17 tahun
3. Berdomisili Kota Balikpapan
4. Saat ini menggunakan produk implora

Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan skala perhitungan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk implora di Kota Balikpapan dengan jumlah responden sebanyak 70 responden.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Dari uji validitas yang telah dilakukan oleh 70 responden dengan 3 variabel dan 14 pernyataan diketahui semua pernyataan dalam variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel pada taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0,05).

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Tidak Valid	Valid
Harga	4	-	4
Kualitas Produk	5	-	5
Keputusan Pembelian	5	-	5

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas kuesioner digunakan agar bisa melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha. Kuesioner dikatakan reliabel dan dapat diterima jika nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Secara keseluruhan uji reliabilitas pada 70 responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha
Harga	4	0,854
Kualitas Produk	5	0,774
Keputusan Pembelian	5	0,790

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini, secara keseluruhan memiliki Cronbach Alpha > 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel kuesioner adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menentukan data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Pada tabel 3 adalah uji normalitas data dengan menggunakan SPSS 25.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		70	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.93934300	
Most Extreme Differences	Absolute	.113	
	Positive	.072	
	Negative	-.113	
Test Statistic		.113	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.027 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.313 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.301
		Upper Bound	.325

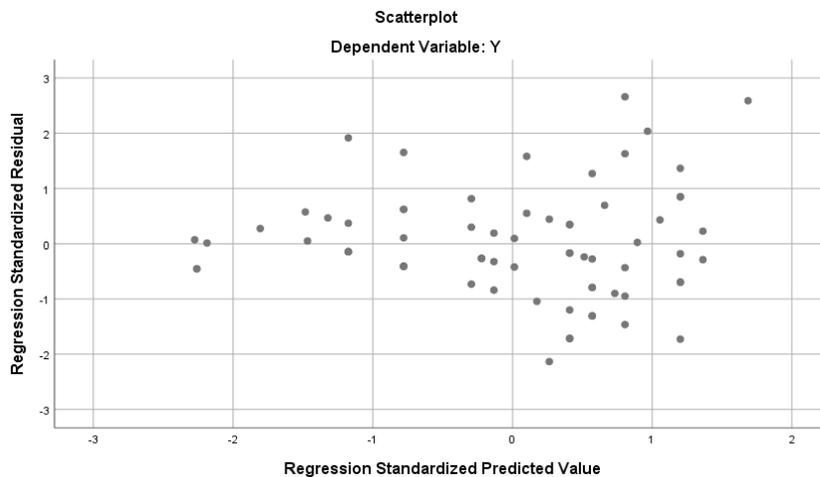
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Dari hasil pengujian normalitas untuk variabel X1, X2, dan Y dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov (monte carlo) mendapat nilai sebesar 0,313 > alpha 0,05. Berdasarkan hasil analisis diatas diperoleh kesimpulan bahwa asumsi kenormalan data telah terpenuhi dan dikatakan terdapat cukup bukti untuk menerima hipotesis bahwa data telah berdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Yudiaatmaja (2013) uji ini berfungsi untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Apabila timbul ketidaksamaan pada varian, maka dapat disimpulkan terdapat masalah dalam heteroskedastisitas. Jika muncul gejala heteroskedastisitas maka persamaan yang dihasilkan merupakan persamaan yang bukan termasuk dalam sifat BLUE (Best Linear Unbias Estimator). Adapun hasil dalam pengujian heteroskedastisitas ini yaitu:



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Pada grafik scatter plot diatas, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik-titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model yang telah terbentuk.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan mengetahui adanya gejala multikolinearitas. Apabila VIF < 10 artinya model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali, 2013). Adapun hasil dari pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.607	2.301		6.782	.000		
	X1	.248	.143	.246	1.729	.088	.703	1.422
	X2	-.081	.126	-.092	-.649	.519	.703	1.422

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas pada bagian “Collinearity Statistic” diketahui nilai tolerance menunjukkan nilai > 0,1 dan nilai VIF menunjukkan nilai <10 untuk setiap variabel bebas. Nilai tolerance variabel harga 0,703, kualitas produk 0,703 lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel harga 1,422, kualitas produk 1,422 < 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji F

Untuk memastikan apakah model regresi linier berganda yang dihasilkan dapat digunakan sebagai model untuk memprediksi dampak harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian, maka diperlukan uji F (simultan). Dibawah ini merupakan hasil dari uji F.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.129	2	57.565	15.301	.000 ^b
	Residual	252.071	67	3.762		
	Total	367.200	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan nilai signifikansi (sig) dari hasil uji Anova sesuai tabel di atas, maka ditemukan nilai sig sebesar 0,00 dengan menggunakan taraf nyata 5% (0,05), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,05 dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak pada taraf nyata tersebut. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2), secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk implora di kota Balikpapan.

Uji T

Setelah melihat dari hasil uji SPSS, selanjutnya akan dijelaskan pengujian secara parsial untuk setiap variabel menggunakan uji t.

Tabel 6. Uji t

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	4.832	1.410		3.427	.001		
X1	.512	.099	.658	5.177	.000	.634	1.576
X2	-.209	.132	-.200	-1.577	.119	.634	1.576

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diartikan output uji t pada nilai sig varibel independen terhadap variabel dependen dengan penjelasan dibawah ini nilai uji t pada variabel harga sebesar 0,001 dilihat dari keterangan nilai signifikansi < probabilitas 0,05 (0,001 < 0,05). Maka H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian. Nilai uji t variabel kualitas produk didapat sebesar 0,000 dilihat dari keterangan nilai signifikansi < probabilitas 0,05 (0,000 < 0,05). Maka H2 diterima dan H0 ditolak

yang berarti terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji R^2

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.211 ^a	.044	.016	2.98289	1.982

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 for windows (diolah peneliti, 2023)

Dari tabel diatas, didapatkan nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,44. Nilai koefisien determinasi ini merupakan kontribusi suatu variabel terhadap pembentukan nilai variabel dependennya. Dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki kontribusi sebesar 4,4% terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya 95,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5. Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu: (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Agar bisa meningkatkan keputusan pembelian produk implora maka variabel harga harus terus bisa dijangkau oleh semua konsumen. Dalam variabel kuaalitas produk, harus bisa lebih stabil atau ditingkatkan lagi mengenai kualitas tersebut agar keputusan pembelian produk implora terus meningkat.

Daftar Pustaka

- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian cetakan continuous form melalui kepercayaan merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158-169.
- Fitriana, Y. S. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame (Studi Kasus Pada Konsumen Oriflame Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1* .
- Kotler, P. & Gary, A. (2013). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Lukmanul Hakim, R. S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam . *Jurnal Eco Bisma Universitas Riau*, 50.
- Novera Kasanti, A. W. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* .
- Nurmin Arianto, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 3 No 2* .

- Rissa Mustika Sari, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Spreirise). *Jurnal Ilmiah MEA(Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol.5 No.3*, 1171.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business* .
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, S. (2016). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Derivatif: Jurnal Manajemen, 10(1)*.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif.