

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirung

Dilla Leona Nurfaizah¹⁾, Suprpto²⁾, Latifah Anom³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Cendekia Bojonegoro
email: dillaleona108@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Cendekia Bojonegoro
email: suprptoestede@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Cendekia Bojonegoro
email: latifahanom@gmail.com

Abstrak

Tujuan riset ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga memiliki pengaruh dalam proses keputusan untuk pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun di Desa Sraturejo Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik penelitian asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 58 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun di Desa Sraturejo Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro. Penentuan teknik sampling ini menggunakan Sempel Random Sampling. Yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang di lakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di populasi. Teknik pengambilan data dengan memberikan kuisioner berupa google form dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan analisis, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan pengujian hipotesis : uji regresi linier berganda dan uji parsial (t). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa, (1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. Jadi, semakin bagus kualitas produk maka akan semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. (2) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. Jadi, semakin terjangkau nya harga yang ditawarkan maka akan semakin berpengaruh baik terhadap keputusan pembelian produk kerupuk uli bawang ageng cirun. Dari penelitian dapat disarankan kepada home industry kerupuk uli bawang ageng cirun agar bisa mempertahankan kualitasnya agar tetap menjadi market leader di pasaran.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

Abstract

The purpose of this study aims to determine whether product quality and price have an influence on the decision process for purchasing Uli Bawang Ageng Cirun Crackers in Sraturejo Village, Baureno District, Bojonegoro Regency. This study uses quantitative methods and uses associative research techniques. The number of samples in this study was 58 respondents. While the respondents in this study were consumers of Uli Bawang Ageng Cirun Crackers in Sraturejo Village, Baureno District, Bojonegoro Regency. This sampling technique uses Simple Random Sampling. Namely a sampling technique that provides equal opportunities or opportunities for each element or member, namely taking sample members from the population which is carried out randomly without considering the strata in the population. Data collection techniques by providing questionnaires in the form of google form and documentation. In proving and analyzing this, analysis, validity tests, reliability tests, classical assumption tests are used: normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and hypothesis testing: multiple linear regression tests and partial tests (t). So it can be concluded that, (1) Product Quality influences the Purchasing Decision on the Uli Bawang Ageng Cirun Cracker product. So, the better the product quality, the higher the influence on the purchasing decision of the Uli Bawang Ageng Cirun Cracker product. (2) Price influences the Purchasing Decision on the Uli Bawang Ageng Cirun Cracker product. So, the more affordable the price offered, the better the influence on the purchasing decision of the Uli Bawang Ageng Cirun cracker product. From the research, it can be suggested to the Uli Bawang Ageng Cirun cracker home industry to maintain its quality in order to remain the market leader in the market.

Keywords: *Product Quality, Price, and Purchasing Decisions.*

A. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan pesat seiring dengan era globalisasi, yang menyebabkan persaingan usaha semakin ketat. Hal ini terlihat dari meningkatnya persaingan dalam memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Pelaku bisnis bersaing untuk memperkenalkan produk mereka agar dikenal dan diminati oleh konsumen. Dalam persaingan yang ketat ini, perusahaan harus memiliki strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan memastikan kepuasan mereka, sehingga bisa memperoleh pelanggan setia dari waktu ke waktu. Banyak perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk dengan harga murah, dengan anggapan bahwa harga adalah faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh karena

itu, penting bagi produsen untuk memahami berbagai dimensi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk mereka.

Mutu produk merupakan dimensi kunci dalam pengembangan produk. Produk yang berkualitas tinggi mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan perlu memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi konsumen untuk dapat menyediakan produk yang sesuai. Mutu produk berfungsi sebagai alat strategis yang penting untuk mengungguli pesaing. Menurut Handayani dan Madura (2023), mutu produk didefinisikan sebagai kondisi barang berdasarkan penilaian dan kesesuaiannya dengan standar yang telah ditetapkan. Perusahaan yang mampu menghasilkan produk dengan mutu terbaik akan mengalami pertumbuhan yang pesat dan mencapai keberhasilan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan lain dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Selain mutu produk, harga juga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian. Di era modern ini, harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen sering membandingkan harga produk dengan produk lain untuk menentukan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka terima. Jika harga produk terlalu tinggi, tingkat pembelian akan menurun, sedangkan harga yang terlalu rendah, jika tidak diimbangi dengan mutu yang baik, mungkin tidak akan menarik bagi konsumen. Kotler dan Armstrong (2008) menyebutkan bahwa proses pengenalan masalah, pencarian informasi, serta evaluasi dan pemilihan alternatif merupakan bagian dari keputusan pembelian.

Dalam menghadapi persaingan, strategi harga menjadi penting. Harga merupakan jumlah poin yang digunakan sebagai tolok ukur oleh konsumen untuk manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa (Fawaid, 2023). Perusahaan sering menetapkan harga sebagai prioritas dalam penjualan produk. Produk akan lebih diterima jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen. Besar kecilnya harga tergantung pada mutu produk yang akan dibeli. Harga yang tinggi

biasanya diimbangi dengan mutu yang tinggi, sedangkan harga yang rendah mungkin diimbangi dengan mutu yang lebih rendah.

Resolusi pembelian adalah hasil akhir dari proses evaluasi yang dilakukan konsumen saat memilih untuk membeli barang atau jasa (Handayani & Madura, 2023). Proses ini mencerminkan pilihan akhir konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan. Perilaku konsumen, menurut Swastha dan Handoko (2010), mencakup tindakan individu yang terlibat langsung dalam perolehan dan pemanfaatan barang serta jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas tersebut. Memahami perilaku konsumen memungkinkan perusahaan merancang strategi penjualan yang sesuai, serta membantu dalam mengidentifikasi pasar dan menyusun kegiatan pemasaran yang efektif.

Makanan ringan, termasuk kerupuk, sangat digemari oleh masyarakat karena sifatnya yang praktis dan mudah dikonsumsi. Di Kabupaten Bojonegoro, kerupuk bawang merupakan salah satu makanan ringan yang populer. Salah satu produsen kerupuk bawang di daerah ini adalah Ibu Siti Nur Thoibah, seorang ibu rumah tangga yang mulai memproduksi Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun setelah mengalami PHK pada tahun 2017. Kerupuk ini diolah dari adonan tepung tapioka, tepung terigu, dan bawang putih, dengan proses produksi yang melibatkan pengukusan, pengeringan, dan penggorengan.

Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun menggunakan strategi harga yang cukup terjangkau untuk menarik minat konsumen. Harga produk ini adalah Rp 2.000 untuk kemasan 1 kg dan Rp 3.500 untuk kemasan 2 kg. Meskipun harga yang ditawarkan cukup murah, mutu produk Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun masih di bawah standar pesaing. Hal ini mempengaruhi minat beli konsumen karena harga rendah tidak selalu diikuti oleh mutu yang baik. Perusahaan harus memperbaiki mutu produk sambil menjaga harga yang kompetitif dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang menarik, seperti memberikan bonus kepada konsumen.

Data penjualan per bulan untuk tahun 2023 menunjukkan bahwa volume penjualan Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun bervariasi. Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan perlu

memiliki strategi pemasaran yang efektif dan bersaing dengan produk kerupuk lainnya di Desa Sratujejo. Misalnya, perusahaan dapat memberikan bonus bagi konsumen yang membeli dalam jumlah besar. Meskipun harga Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun lebih murah dibandingkan produk pesaing, mutu produk yang rendah dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mutu produk dan harga terhadap keputusan pembelian kerupuk tersebut.

Identifikasi masalah yang muncul meliputi rasa dan warna produk Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun yang sering berubah, harga produk yang lebih murah dibandingkan pesaing tanpa diimbangi dengan keunggulan kompetitif, serta mutu produk yang belum memadai. Penelitian ini akan fokus pada mutu produk dan harga Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun, serta kaitannya dengan keputusan pembelian di Desa Sratujejo, Kecamatan Baureno, Kabupaten Bojonegoro. Rumusan masalah yang dikaji adalah apakah mutu produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mutu produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran, serta memberikan manfaat praktis bagi penulis, home industry, dan peneliti berikutnya.

B. METODE

Metode penelitian dalam studi ini mengacu pada definisi dari Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa metode penelitian adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan tertentu. Priyono (2016) juga mendefinisikan metode penelitian sebagai cara sistematis dalam melaksanakan aktivitas dengan pemikiran mendetail untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, yang dipilih karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menemukan pengetahuan melalui analisis data numerik terkait topik yang ingin diteliti (Ferdinand, 2014). Menurut Wiratna Sujarweni

(2014), penelitian kuantitatif menghasilkan temuan yang diperoleh melalui prosedur statistik, dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel umumnya acak, dan menggunakan instrumen yang objektif dalam pengumpulan data.

Teknik penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian asosiatif. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa strategi penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif ini diterapkan untuk memahami pengaruh antara variabel mutu produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel resolusi pembelian (Y). Penelitian ini bertujuan untuk membangun teori yang dapat menjelaskan dan mengontrol fenomena yang terjadi.

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung dan dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2022). Data ini diperoleh melalui penyebaran angket kepada konsumen Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. Data dikumpulkan dari dua sumber utama: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung seperti dokumentasi sejarah perusahaan dan data jumlah pembelian produk (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun pada bulan Maret 2024, berjumlah 136 konsumen. Sampel penelitian ditentukan menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat presisi 10%, menghasilkan ukuran sampel sebanyak 58 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling, khususnya Simple Random Sampling, di mana nama-nama konsumen diambil secara acak dari populasi (Sugiyono, 2017).

Metode pengumpulan data meliputi kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner, menurut Sugiyono (2016), adalah teknik pengumpulan data melalui pemberian serangkaian pertanyaan yang disusun dengan jelas untuk responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, dengan opsi jawaban bertingkat mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju".

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi tambahan dari sumber seperti catatan perusahaan dan data pembelian (Arikunto, 2014).

Definisi operasional variabel mencakup beberapa indikator untuk setiap variabel. Variabel mutu produk (X1) diukur melalui kinerja, ciri-ciri produk, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan melayani, dan estetika. Variabel harga (X2) diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Variabel resolusi pembelian (Y) diukur melalui pencarian informasi, resolusi pembelian, pembelian produk, jumlah, dan perilaku setelah membeli (Tjiptono, 2015; Kotler & Armstrong, 2012; Philip Kotler, 2012).

Teknik analisis data melibatkan beberapa langkah. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian dapat mengukur dengan tepat apa yang dimaksud. Validitas diukur menggunakan SPSS dengan kriteria r hitung dibandingkan r tabel, sedangkan reliabilitas diukur dengan koefisien alpha Cronbach (Sugiyono, 2019). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi regresi linear berganda (Ghozali, 2016).

Untuk pengujian hipotesis, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel mutu produk dan harga terhadap resolusi pembelian. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variasi variabel terikat (Y) (Ghozali, 2016).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai buat mengukur sah atau valid taknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu buat mengungkapkan sesuatu yangmana akan diukur atas kuesioner tersebut (Ghozali, 2013;52). Jadi validitas ingin mengukur

apakah pertanyaan pada kuesioner yang mana sudah kita buat dengan betul-betul bisa mengukur apa yang mana hendak diukur. Penelitian dilakukan kepada 58 konsumen Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. tes validitas pada penelitian dilakukan dengan membandingkan poin hitung dengan r tabel.

Tabel 1. Hasil Tes Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	X1.1	0,489	0,214	Valid
		X1.2	0,550	0,214	Valid
		X1.3	0,644	0,214	Valid
		X1.4	0,531	0,214	Valid
		X1.5	0,788	0,214	Valid
		X1.6	0,821	0,214	Valid
		X1.7	0,780	0,214	Valid
		X1.8	0,596	0,214	Valid
		X1.9	0,718	0,214	Valid
		X1.10	0,771	0,214	Valid
		X1.11	0,758	0,214	Valid
		X1.12	0,714	0,214	Valid
		X1.13	0,794	0,214	Valid
		X1.14	0,664	0,214	Valid
2	Harga	X2.1	0,796	0,214	Valid
		X2.2	0,722	0,214	Valid
		X2.3	0,789	0,214	Valid
		X2.4	0,847	0,214	Valid
		X2.5	0,781	0,214	Valid
		X2.6	0,758	0,214	Valid
		X2.7	0,699	0,214	Valid
		X2.8	0,805	0,214	Valid
3	Keputusan Pembelian	Y.1	0,801	0,214	Valid
		Y.2	0,767	0,214	Valid
		Y.3	0,847	0,214	Valid
		Y.4	0,848	0,214	Valid
		Y.5	0,844	0,214	Valid
		Y.6	0,727	0,214	Valid
		Y.7	0,675	0,214	Valid
		Y.8	0,633	0,214	Valid
		Y.9	0,751	0,214	Valid
		Y.10	0,734	0,214	Valid

Dalam memperoleh r tabel, perlu diketahui degree of freedom (df), demikian degree of freedom (df) = $n-2$ padahal ini n berupa jumlah sampel. Besarnya p value bisa dihitung $58-2$ atau $df=56$ dengan $\alpha 0.1$ (10%) diperoleh p value tabel sebesar 0,214. *Output* tes validitas variabel mutu produk, dan harga serta variabel dependen resolusi pembelian disajikan pada tabel 11.

Bermula *output* tes validitas dengan memakai program SPSS versi 25, variabel mutu produk, harga dan resolusi pembelian pada tabel tersebut bisa dikatakan bahwa besarnya p value bisa dihitung $58-2$ atau $df=56$ dengan $\alpha 0.1$ (10%) diperoleh p value tabel sebesar 0,214. Pada seluruh item variabel berupa valid. atas sebab itu semua pernyataan bisa di pakai di tahap selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berupa suatu alat buat pengukuran yang mana konsisten buat menguji indeks yang mana diukur secara berulang-ulang agar outputnya bisa dipercaya atau konsisten.

1) Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Adapun pada output pengujian reliabilitas pada variabel mutu produk bisa di lihat dari tabel berikut ini :

Tabel 2. Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
0.915	14

Uji reliabilitas bisa dilihat pada p value Cronbach's Alpha, apabila p value $> 0,60$ maka variabel dikatakan reliabel. Dengan demikian pada tabel diatas mengindikasikan bahwa p value Cronbach's Alpha $> 0,60$ yaitu 0,915 yang mana mengindikasikan bahwa p value Cronbach's Alpha variabel X1 (mutu produk) dikatakan reliabel dan bisa diterimanya derajat reliabilitasnya.

2) Hasil Uji Reliabilitas Harga

Berikut berupa output perhitungan tes reliabilitas variabel harga bisa di lihat di tabel berikut ini:

Tabel 3. Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.905	8

Uji reliabilitas bisa dilihat pada poinCronbach's Alpha, apabila poinAlpha > 0,60 maka variabel dikatakan reliabel. Dengan demikian pada tabel diatas mengindikasikan bahwa poinCronbach's Alpha > 0,60 yaitu 0,905 yangmana mengindikasikan bahwa poinCronbach's Alpha variabel X2 (harga) dikatakan reliabel dan bisa diterimanya derajat reliabilitasnya.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bermaksud buat mengetahui apakahpadamodel regresi, variabel dependen dan independent keduanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal, maka dari itu peneliti menganalisis menggunakan tes Kolomogrov-Smirnov Tes dengan membandingkan ketentuan berikut:

- Apabila Sig < 0,1, maka dinyatakan tak normal
- Apabila Sig > 0,1, maka dinyatakan normal

Tabel 4. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	58
Asymp.Sig. (2-tailed)	0.200

Bermula tabel 15 bisa diketahui bahwa poin Asym. Sig. (2-tailed) yang mana di dapatkan berupa $0,200 > 0,1$ maka bisa dijawab data berdistribusi secara normal, sebab poin signifikan yang mana didapat lebih besar dari 0,1.

2) Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinieritas ini bermaksud buat menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau independent. Model regresi yang mana baik yang mana tak terjadi korelasi diantara variabel atau tak terjadi gejala multikolinieritas. tes multikolinieritas dilakukan dengan memakai Variance Inflation Factor (VIF) dan poin Tolerance dengan kriteria pengambilan resolusi sebagai berikut :

- apabila poin VIF > 10 dan pointolerance $< 0,1$, maka terjadi masalah multikolinieritas.
- Apabila poin VIF < 10 dan pointolerance $> 0,1$, maka tak terjadi masalah Multikolinieritas.

Tabel 5. Uji Multikoleniaritas

Model		Collinierity	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Mutu produk	.901	1.110
	Harga	.901	1.110

Mencermati output multikolinieritas pada table tes multikolonieritas bisa diketahui bahwa variabel independent memiliki pointolerance lebih dari $>0,100$ dan VIF $<10,00$ maka berkesimpulan asumsi multikolonieritas sudah terpenuhi atau tak terjadi gejala multikolinieritas

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud menguji apakah pada model regresi terjadi ketaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang mana lain. Model regresi yang mana baik berupa yang mana homokedastisitas atau tak terjadi heteroskedastisitas. Dalam menjalani pengetesan heteroskedastisitas buat penelitian ini menggunakan tes gleser. Dasar pengambilan buat pengetesan heteroskedastisitas dengan tes gleser yaitu:

- a) Apabila poin signifikansi $> 0,1$ maka data tak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila poin signifikansi $< 0,1$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

	Model	Sig.
1	(Constant)	.224
	X1 Mutu Produk	.151
	X2 Harga	.104

Sesuai dengan output tes gleser pada tabel 17 diketahui bahwa poin signifikansi buat variabel mutu produk sebesar 0,151, dan variabel harga sebesar 0,104. point tersebut lebih besar dari 0,1, lalu bisa dinyatakan bahwa tak terjadi heteroskedastisitas dari persamaan yang diuji.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai buat mengetahui pengaruh antara variable independent kepada variable dependen. Adapun *output* tes regresi linier berganda berupa sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Sig.
(Constant)	-.316
X1 Mutu Produk	.000
X2 Harga	.007

Dari tabel 18 bisa dinyatakan bahwa model persamaan regresi linier berganda berupa sebagai berikut:

$$Y = a + B_1 \cdot X_1 + B_2 \cdot X_2 + e$$

$$Y = -0,316 + 0,000 X_1 + 0,007 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut bisa diuraikan sebagai berikut :

a) **Konstanta**

Nilai konstanta pada persamaan regresi tersebut berupa -0,316 artinya apabila variabel mutu produk (X1) dan variabel harga (X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka Resolusi pembelian sebesar -0,316.

b) *Output* koefisien regresi variabel mutu produk (B1X1) dari persamaan regresi linier berganda diatas bernilai positif sebesar 0,000. Artinya bahwa setiap adanya kenaikan mutu Produk sebesar 1 satuan, maka resolusi pembelian juga meningkat sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara variabel mutu produk (X1) dengan resolusi pembelian.

c) *Output* koefisien regresi variabel mutu produk (B2X2) dari persamaan regresi linier berganda diatas bernilai positif sebesar 0,007. Artinya bahwa setiap adanya kenaikan harga Produk sebesar 1 satuan, maka resolusi pembelian juga meningkat sebesar 0,007. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara variabel harga produk (X2) dengan resolusi pembelian.

2. **Tes Parsial (Uji t)**

Pada pengujian hipotesis penelitian memakai tes t. tes t dilakukan untuk melihat pengaruh parsial dari variabel independen apakah berpengaruh signifikan kepada variabel dependen. Apabila t hitung lebih besar dari tabel maka disimpulkan bahwa variabel-variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan kepada variabel-variabel dependen. Kriteria pengujian apabila signifikansi >0,1 maka H0 diterima dan apabila signifikansi < 0,1 maka H0 ditolak. Perhitungan t tabel bisa dilihat dibawah ini:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t (a/2:n-k-1) \\ &= t (0,1/2:58-2-1) \\ &= 1,673 \end{aligned}$$

Tabel 7. Uji Tes Parsial

Model	Sig	
	B	
(Constant)		.902
X1 Mutu Produk		.000
X2 Harga		.007

1. Pengaruh Mutu Produk (X1) Kepada Keputusan Pembelian Produk (Y) Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun

Output tes statistik mutu produk menunjukkan point hitung $> t$ tabel $5,115 > 1,673$ atau poin signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$, lalu bisa disimpulkan bahwa mutu produk berpengaruh kepada resolusi pembelian, lalu hipotesis diterima.

2. Pengaruh Harga (X2) Kepada Keputusan Pembelian (Y)

Output tes t harga menunjukkan point hitung $> t$ tabel sebesar $2,784 > 1,673$ atau poin signifikansi sebesar $0,007 < 0,1$, lalu bisa dijawab bahwa harga berpengaruh kepada resolusi pembelian, lalu hipotesis diterima

3. Tes Koefisien Determinasi (R^2)

Pengetesan ini dipakai buat mengukur berapa besarnya kontribusi variabel bebas kepada variabel terikatnya. Makin tinggi koefisien determinasi, makin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Output yang mana didapatkan dari pengolahan data terdapat pada tabel dengan memakai SPSS versi 25 sebagai berikut :

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.284 ^a	.081	.047

Output perhitungan regresi pada tabel 20 bisa di ketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R Square) yangmana diperoleh sebesar 0,47. Hal ini berarti 47 % resolusi pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun yangmana dipengaruhi atas variabel mutu produk (X1) dan Harga produk (X2), sedangkan sisanya yaitu 53% resolusi pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun dipengaruhi atas variabel-variabel lainnya yangmana tak diteliti pada penelitian ini.

b. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik menggunakan SPSS versi 25, hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Mutu Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Resolusi Pembelian Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel mutu produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti mutu produk berpengaruh signifikan terhadap resolusi pembelian. Responden menilai tinggi pada item pernyataan mengenai kehandalan dan kecacatan produk, menunjukkan bahwa mutu yang baik mendorong keputusan pembelian. Ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2018) yang menyebutkan bahwa mutu produk mencakup berbagai atribut penting seperti keawetan dan kehandalan. Penelitian ini juga didukung oleh studi sebelumnya oleh Indah Yuliana (2023) yang menemukan mutu produk memiliki pengaruh positif terhadap resolusi pembelian.
2. Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Resolusi Pembelian Uji statistik menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007, yang mengindikasikan pengaruh signifikan terhadap resolusi pembelian. Responden menilai harga produk terjangkau dan sesuai dengan mutu yang diberikan. Ini sesuai dengan teori Kotler (2018) yang menyatakan bahwa harga mencerminkan manfaat dan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga didukung oleh studi Fitri Novita Sari (2021) yang menunjukkan harga berpengaruh pada keputusan pembelian

D. SIMPULAN

Bermula analisis output penelitian dan pembahasan yangmana telah diuraikan mengenai “Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Kepada Resolusi Pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun Di Desa Sraturejo Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro” bisa diperoleh kesimpulan yaitu Mutu produk berpengaruh kepada resolusi pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun di Desa Sraturejo Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro. Harga berpengaruh kepada resolusi pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun di Desa Sraturejo Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro.

E. Saran

Bermula *output* kesimpulan yangmana telah diuraikan diatas, penulis bisa memberikan saran yangmana kiranya bisa bermanfaat bagi home industry Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Home Industry Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun

Bermula *output* penilaian diketahui bahwa mutu produk dan harga berpengaruh signifikan kepada resolusi pembelian Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun. atas sebab itu pihak home industry Kerupuk Uli Bawang Ageng Cirun disarankan buat tetap mempertahankan mutunya agar tetap jadi market leader di pasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya bisa memperluas Kembali dari variabel terikat resolusi pembelian ini dengan menambah variabel lainya, seperti romosi, kepercayaan, kepuasan, kebutuhan dan sebagainya. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa memperoleh *output* yangmana lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta : Rineka. Cipta.
- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk
- Assauri dalam Walukuw, Mananeke, S. Proses pengambilan keputusan. (2014).
- Baum, Feigen. 2012. Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa). Jakarta: Erlangga.
- Burno, P., Lumajang, S., Rizal, S., & Irwanto, J. (2019). Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik. 81–84.
- Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. Vol19. E-issn, V. N. P., Renggol, R., Olean, D., Yuliana, I., Rofiq, A., & Ummah, A. (2023). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Home Industry Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. 5(6), 2450–2466.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.233>
- Erikson, S. (n.d.). TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Suatu Survey Pada Toko Boneka Angkasa Cijerah) Pendahuluan. 1–30.
- Ferdinand Augusty. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Flavor, I., Decision, P., & Sinar, C. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. 2(01), 19–27.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta. Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, P., & Madura, U. T. (2023). Keywords : Price ; Product Quality ; Purchase Decision . Kata Kunci : Harga ; Kualitas Produk ; Keputusan Pembelian . 3(2).