

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KALDU JAMUR ERPE DI
RACHMAT PURNAMA FARM
KABUPATEN CIANJUR**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON
THE PURCHASE DECISIONS OF MUSHROOMS BROTH
ERPE AT RACHMAT PURNAMA FARM CIANJUR DISTRICT***

Oleh :

¹Asep Sapul Alam, ²Putri Dina Laila, ³Yola Nurkamil, ⁴Galih Ginanjar Saputra

E-mail:

¹asepatet@unsur.ac.id, ²putridina133@gmail.com, ³nurkamilyola@gmail.com,
⁴galih@untirta.ac.id

^{1,2}Prodi Agribisnis, Fakultas Sains Terapan, Universitas Suryakencana Cianjur

³SMKN Pertanian Pembangunan Cianjur

⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng
Tirtayasa Banten

ABSTRAK

Jamur tiram merupakan bahan makanan yang banyak digemari konsumen karena memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan. Berdasarkan observasi yang dilakukan bahwa terdapat beberapa permasalahan mengenai pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Keputusan pembelian adalah proses dalam memilih suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk dan harga adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Rachmat Purnama Farm. Sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan metode accidental sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Analisis penelitian yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis uji normalitas, uji F, uji t dan analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Oyster mushrooms are a food ingredient that people prefer, it has significant nutritional value for health. Based on findings indicating there are various issues with consumer considerations when choosing to purchase a product. The process of selecting a product in accordance with customers' needs and desires is known as a purchasing decision. Food product quality and price are the affecting factors of purchasing decisions. The research method used is a descriptive method with a quantitative approach. The population in this research were all people have purchased at Rachmat Purnama Farm/ The samples taken were 60 respondents using a accidental sampling technique to determine the respondents' responses to each variable. The type of research analysis used is validity test, reliability test, normality test, F test, t test and analysis of the coefficient of determination (R²). The results showed that product quality had a significant effect on purchasing decisions and that the price had a significant effect on purchasing decisions and the product quality and price have a significant effect on the purchasing decisions. The test of coefficient of determination shows that there is a quite close relationship between the product quality and price with the purchase decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat pun semakin tinggi. Banyak masyarakat yang mulai meninggalkan MSG (Monosodium glutamate) atau yang dikenal dengan mecin dan beralih menggunakan penyedap rasa alami sebagai penambah cita rasa masakan. Jamur dikenal sebagai salah satu bahan yang bisa dimanfaatkan untuk membuat penyedap rasa alami (Prasetyaningsih et al., 2018). Jamur memiliki kandungan asam glutamat dan protein yang cukup tinggi sehingga dapat digunakan sebagai bahan pembuatan penyedap rasa alami sebagai pengganti monosodium glutamat. Hal tersebut menjadi peluang bagi produsen olahan jamur untuk membuat kaldu jamur dengan berbahan dasar jamur tiram. Selain itu adanya olahan jamur menjadi kaldu jamur dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan gizi yang praktis dan siap saji.

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar olahan kaldu jamur tiram tersebut serta didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada membuat produsen jamur tiram ini semakin populer. Hal ini tidak menutup kemungkinan dalam industri olahan jamur tiram ini terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat bagi para pemasar maupun para produsen produk penyedap rasa jamur tiram. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam usaha-usaha pemasaran. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan suatu perusahaan untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis ini, misalnya dengan strategi meningkatkan kualitas dan penetapan harga dari produk yang diproduksinya.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi standar (harapan) yang telah ditetapkan (Mariana, 2015). Menurut Mariana (2015) Ada 5 dimensi utama dalam menentukan kualitas suatu produk, adapun dimensi kualitas produk yaitu: higienis, rasa, tampilan, kemasan, dan merk.

Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli Kotler dalam Meithiana Indrasari (2019:36). Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan. Harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Meithiana Indrasari (2019:42) ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Kotler dan Keller dalam Supriyatna, 2020). Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam memilih suatu produk yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller dalam Supriyatna (Supriyatna, 2020) ada enam indikator keputusan pembelian. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga indikator, diantaranya: pilihan produk, pilihan merk, dan jumlah pembelian.

Peneliti melakukan studi literature dengan meneliti empat jurnal terdahulu yang memiliki relevansi studi, sehingga jurnal-jurnal tersebut dapat dijadikan data sekunder pada penelitian ini. 1Zulkifli dan Rahmayani (2021) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Masakan Pusaka Indatu di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie”, 2Yuni Apriliani, Asep Saepul Alam, R. Selfi Nendris Sulistiawan (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tomat di Pasar Muka Cianjur”, 3Adang Suryana, Ahmad Nur Rizal, Rendi Hermawan (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Beras Hitam (*Oryza Sativa* L. Indika) di Usaha Berat Sehat Sawah Baik Cianjur”, 4Agusra Dodi (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tepung Bumbu Mamasuka”. Secara garis besar jurnal-jurnal tersebut memiliki kesamaan topik yaitu pada hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilakukan dengan tujuan: 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kaldu jamur tiram, 2. Untuk mengetahui

pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk kaldu jamur tiram, 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk kaldu jamur tiram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Rachmat Purnama Farm sebagai tempat produksi kaldu jamur tiram yang berlokasi di Kp. Kingkung Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Pelaksanaan penelitian selama 3 bulan mulai dari April 2022 hingga Juni 2022. teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu Non probability sampling dengan teknik Accidental Sampling. Karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka pengambilan sampel menggunakan metode teori dari Naresh K. Malhotra. Penarikan sampel menurut Malhotra (2009:368) disebutkan dalam bukunya riset pemasaran paling sedikit 4 atau 5 kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 12 item pertanyaan maka jumlah sampel adalah 60 sampel (12 item pertanyaan x 5). Peneliti menyebar kuesioner kepada konsumen Kaldu Jamur.

Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji parsial (uji T), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R²) .

Tabel 1. Operasional Variabel

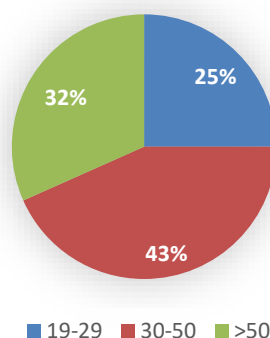
No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi standar (harapan) yang telah ditetapkan (Mariana, 2015)	1. <i>Higienis</i> 2. Rasa 3. Tampilan 4. Kemasan 5. Merek (Mariana, 2015)	Ordinal
2	Harga (X2)	Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli Kotler dalam Meithiana Indrasari (2019:36)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dalam Meithiana Indrasari, 2019:42)	Ordinal
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Kotler dan Keller dalam Supriyatna, 2020)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Jumlah pembelian (Kotler dan Keller dalam Supriyatna, 2020)	Ordinal

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

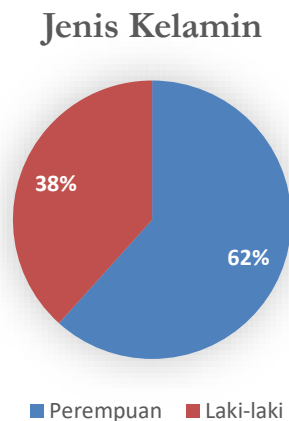
Karakteristik responden berdasarkan usia yang diamati dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu dewasa awal (18 sampai 29 tahun), dewasa pertengahan (30 sampai 50 tahun), dan dewasa tua (lebih dari 50 tahun). Hasil penelitian responden berdasarkan usia dapat dilihat pada

Kelompok Umur



Gambar 1. Tingkat Umur

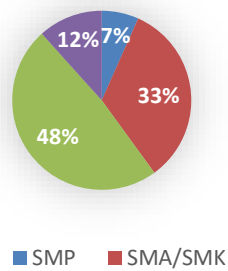
Pada gambar 1 menunjukkan jumlah dan presentase usia responden yang membeli kaldu jamur di Rachmat Purnama farm bahwa usia pembeli kaldu jamur paling tinggi pada usia dewasa pertengahan antara 30 sampai 50 tahun yaitu berjumlah 26 orang atau sebesar 43%. Hal ini dikarenakan lebih banyak ditemui usia yang termasuk dewasa pertengahan yang membeli kaldu jamur pada saat penelitian berlangsung.



Gambar 2 Jenis Kelamin

Pada gambar 2 menunjukkan sebanyak 37 orang atau sebesar 62% adalah perempuan dan sebanyak 23 orang atau sebesar 38% adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang membeli kaldu jamur adalah perempuan. Perbedaan jumlah dan presentase antara perempuan dan laki-laki terbilang cukup jauh. Hal tersebut dikarenakan mayoritas laki-laki yang datang biasanya hanya mendampingi pasangannya atau hanya mengantar keluarganya yang ingin membeli kaldu jamur. Kecenderungan perempuan lebih tinggi dalam membeli kaldu jamur yaitu karena perempuan yang lebih sering memasak atau mengolah makanan.

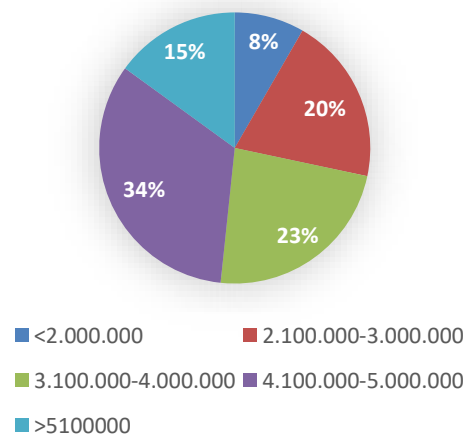
Tingkat Pendidikan



Gambar 3. Tingkat Pendidikan

Gambar 3 menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang atau sebesar 7% berpendidikan rendah, 20 orang atau sebesar 33% berpendidikan sedang, 29 orang atau sebesar 48% dan 7 orang atau sebesar 12% berpendidikan tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pembeli kaldu jamur berpendidikan tinggi.

Tingkat Pendapatan



Gambar 4. Tingkat Pendapatan

Dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa konsumen yang membeli produk kaldu jamur adalah mayoritas kelompok pengunjung berpenghasilan. Dari wawancara yang dilakukan juga banyak yang mengatakan bahwa, pengunjung yang sudah bekerja apalagi pengunjung yang mempunyai pendapatan per bulan yang tinggi mengatakan bahwa harga yang dari produk kaldu jamur ini termasuk terjangkau. Sebanyak 72% konsumen mempunyai pendapatan sebesar Rp 3.100.000 sampai di atas Rp 5.100.000. Ini menentukan bahwa banyak diantara konsumen yang mulai beralih

pada produk kaldu jamur untuk mengolah masakan dan konsumen tersebut adalah kalangan yang mempunyai pendapatan yang tinggi dengan pengeluaran yang tinggi pula.

1. Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X1)

Berikut tabel-tabel pendistribusian dari pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian yang termasuk dalam variabel kualitas produk (X1) dengan indikator higienis (bersih), rasa, tampilan, kemasan dan merk.

Tabel 2. Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X1)

No	Kualitas Produk	Skor	Keterangan
1.	Produk kaldu jamur selalu dibuat dari bahan yang berkualitas dan sudah melalui proses pembersihan	243	Setuju
2.	Rasa dari produk kaldu jamur sesuai dengan yang konsumen harapkan dan tidak kalah dengan merek lain yang menjual produk sejenis	234	Setuju
3.	Tampilan produk kaldu jamur membuat konsumen ingin membelinya dan sesuai dengan yang diharapkan	225	Setuju
4.	Produk kaldu jamur dapat disimpan dalam jangka waktu cukup lama dan tidak mudah rusak	240	Setuju
5.	Merek kaldu jamur dapat saya kenali dengan mudah.	248	Setuju
Jumlah		1.190	
Rata-rata Skor		238	

Sumber: Analisis Data Kuesioner (Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah skor jawaban responden sebesar 1.190 dengan rata-rata skor sebesar 238 adalah dalam kategori setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan kualitas produk kaldu jamur sama dengan yang diharapkan konsumen, sesuai dengan teori yang digunakan dalam variabel kualitas produk tersebut, pada indikator higienis (bersih), rasa, tampilan, kemasan dan merk. Indikator tersebut merupakan hal yang penting dalam menjaga kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Tanggapan responden terhadap variabel harga (X2)

Berikut ini tabel-tabel pendistribusian dari pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Tabel-tabel distribusi tersebut merupakan hasil pendistribusian pernyataan yang termasuk dalam Variabel Harga (X2) dengan indikator keterjangkauan

harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Tabel 3. Tanggapan responden terhadap variabel harga (X2)

No	Harga	Skor	Keterangan
1.	Produk kaldu jamur ERPE memiliki harga yang terjangkau	242	Setuju
2.	Harga yang ditawarkan oleh kaldu jamur ERPE sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	241	Setuju
3.	Harga produk kaldu jamur ERPE dapat bersaing dengan merek lain yang menjual produk sejenis	243	Setuju
4.	Harga yang dibayarkan untuk membeli produk kaldu jamur ERPE sesuai dengan Setuju manfaat yang didapatkan konsumen	242	Setuju
Jumlah		968	
Rata-rata Skor		242	

Sumber: Analisis Data Kuesioner (Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa jumlah skor jawaban responden sebesar 968 dengan rata-rata skor sebesar 242 adalah dalam kategori setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan harga kaldu jamur masih terjangkau, sesuai dengan teori yang digunakan dalam variabel harga tersebut, pada indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yaitu harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih karena keterjangkauan harga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.

3. Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

Berikut ini tabel-tabel pendistribusian dari pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Tabel-tabel distribusi tersebut merupakan hasil pendistribusian pernyataan yang termasuk dalam Variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan indikator pilihan produk, pilihan merek, dan jumlah pembelian.

Tabel 4. Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian (Y)

No	Keputusan Pembelian	Skor	Keterangan
1.	Konsumen percaya kualitas produk yang diberikan oleh kaldu jamur ERPE baik dan menjadi pilihan bahan bumbu masakan	243	Setuju
2.	Saya memilih kaldu jamur ERPE dibanding merek lain saat konsumen ingin produk bumbu masakan	242	Setuju

3.	Konsumen menentukan jumlah pembelian sebelum memutuskan untuk membeli produk kaldu jamur ERPE	237	Setuju
	Jumlah	722	
	Rata-rata Skor	240	

Sumber: Analisis Data Kuesioner (Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa jumlah skor jawaban responden sebesar 722 dengan rata-rata skor sebesar 240 adalah dalam kategori setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan bahwa telah mempertimbangkan beberapa produk sebelum memutuskan untuk membeli kaldu jamur. Sesuai dengan teori yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian tersebut tersebut, pada indikator pilihan produk, pilihan merek, dan jumlah pembelian yaitu mayoritas responden memutuskan untuk melakukan pembelian produk kaldu jamur karena memiliki kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

Analisis Hasil Penelitian

Uji Validitas

Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikan 5%, sebaliknya item dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan rumus $df = n - k$ yaitu $60 - 2 = 58$, sehingga nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% adalah 0,254. Apabila nilai $r_{tabel} > 0,254$ maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 5 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

No	No Item	Hasil		r_{tabel}	Keterangan
		Sig	r_{hitung} (5%)		
1	X1.1	0,000	0,706	0,254	Valid
2	X1.2	0,000	0,774	0,254	Valid
3	X1.3	0,000	0,830	0,254	Valid
4	X1.4	0,000	0,749	0,254	Valid
5	X1.5	0,000	0,771	0,254	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2022)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa dari 5 item kuesioner untuk indikator Variabel Kualitas Produk (X1) yang diuji validitasnya, semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel yaitu 0,254. Berkaitan dengan teori Kualitas Produk, dapat ditarik kesimpulan bahwa 5 item pernyataan valid dalam mempengaruhi konsumen sebelum melakukan Keputusan Pembelian.

Tabel 6 Uji Validitas Harga (X2)

No	No Item	Hasil		r tabel	Keterangan
		Sig	r hitung (5%)		
1	X2.1	0,000	0,758	0,254	Valid
2	X2.2	0,000	0,712	0,254	Valid
3	X2.3	0,000	0,735	0,254	Valid
4	X2.4	0,000	0,760	0,254	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2022)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa dari 4 item kuesioner untuk indikator Variabel Harga (X2) yang diuji validitasnya, semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel yaitu 0,254. Berkaitan dengan teori Harga, dapat ditarik kesimpulan bahwa 4 item pernyataan valid dalam mempengaruhi konsumen sebelum melakukan Keputusan Pembelian.

Tabel 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	No Item	Hasil		r tabel	Keterangan
		Sig	r hitung (5%)		
1	Y.1	0,000	0,724	0,254	Valid
2	Y.2	0,000	0,774	0,254	Valid
3	Y.3	0,000	0,811	0,254	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2022)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa dari 3 item kuesioner untuk indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) yang diuji validitasnya, semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel yaitu 0,254. Berkaitan

dengan teori Keputusan pembelian, dapat ditarik kesimpulan bahwa 3 item pernyataan valid dalam mempengaruhi konsumen sebelum melakukan Keputusan Pembelian.

Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ yaitu bila penelitian ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Hasil uji reliabilitas akan menghasilkan dapat dipercaya atau tidak suatu instrument penelitian, berdasarkan pada tingkat ketetapan suatu alat ukur.

Tabel 8 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,823	0,60	Reliabel
Harga	0,726	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,657	0,60	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2022)

Berdasarkan tabel 8 bahwa pengujian reliabilitas terhadap 5 pernyataan kuesioner variabel Kualitas Produk (X1) didapatkan hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,823, 4 pernyataan kuesioner variabel harga (X2) didapatkan hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,726 dan 3 pernyataan kuesioner variabel keputusan pembelian (Y) didapatkan hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,657 serta dari ketiga variabel tersebut didapatkan standar reliabilitas lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov

Pedoman keputusan pembelian tentang data distribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-smirnov adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal dan berlaku sebaliknya, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data dikatakan tidak normal.

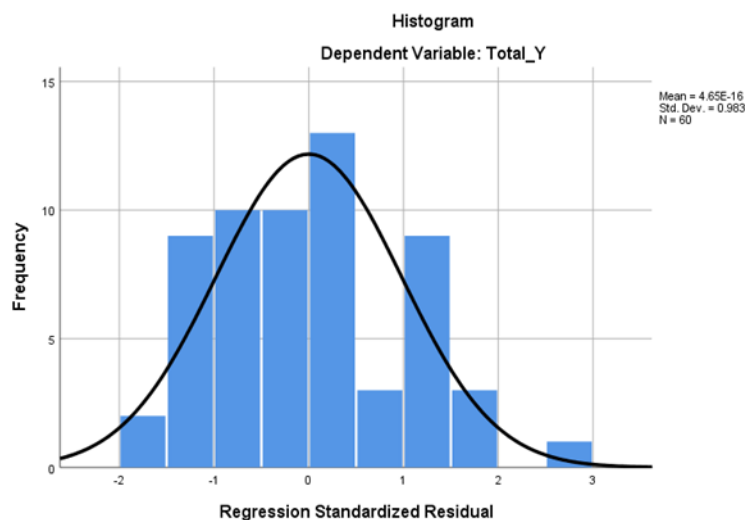
Tabel 9 Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residua
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.15841339
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Posivite	.085
	Negative	-.083
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 9 diperoleh besarnya Kolmogrov-Smirnov adalah 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual terstandarisasi dan memenuhi data asumsi normalitas. Dan kaitannya dengan teori yaitu pada uji normalitas dapat dinyatakan memenuhi asumsi yang mengakibatkan signifikansi antara variabel.

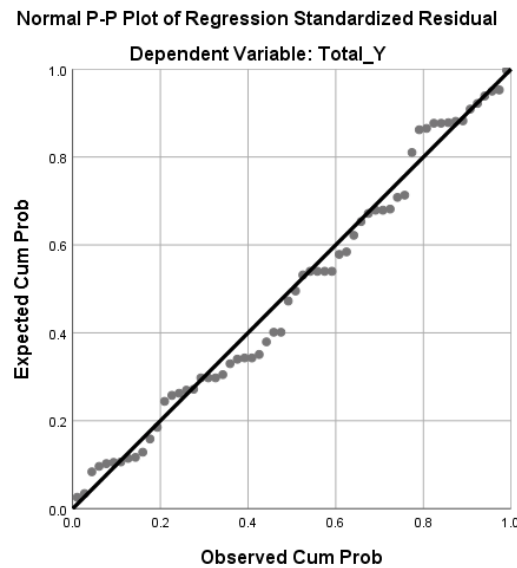
Grafik Histogram



Gambar 5 Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 5 bahwa data dapat dinyatakan normal, hal ini dapat dilihat dari bentuk histogram yang tidak memihak kesamping kiri maupun kanan atau dengan kurva berbentuk lonceng.

Grafik P-Plot



Gambar 6. Garfik P-Plot

Berdasarkan gambar 6 bahwa dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal. P-Plot dengan plot grafik yang normal terlihat dari titik-titik distribusi data yang terletak pada garis lurus menyebar mengikuti garis lurus diagonal sehingga dapat disimpulkan uji kenormalan data dapat dipenuhi, data terdistribusi normal.

Uji parsial (Uji T)

Jika nilai thitung > nilai ttabel atau nilai sig < 0,05 pada $\alpha = 5\%$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jumlah responden (n) = 60 dan konstanta variabel dependen yaitu kualitas produk dan harga (k) = 2, sehingga $ttabel = t(a/2) ; (n-k-1) = (0,05/2) ; (60-2-1) = 0,025 ; 67$, maka didapatkan hasil ttabel sebesar 2,002.

Tabel 10 Uji Parsial (Uji T)**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,828	1,191		1,535	0,130
X1_Kualitas Produk	0,272	0,062	0.479	4,400	0,000
X2_Harga	0,298	0,088	0.366	3,367	0,000

Nilai signifikan variabel kualitas produk yaitu sig. 0,000 < 0,05 dan nilai thitung sebesar 4,400 > ttabel 2,002 maka Ha1 diterima. Dengan demikian, diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Nilai signifikan variabel harga yaitu 0,000 < 0,05 dan nilai thitung sebesar 3,367 > ttabel 2,002 maka Ha2 diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji simultan (Uji-F)

Jika nilai Fhitung < nilai Ftabel atau nilai sig < 0,05 pada $\alpha = 5\%$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05), jumlah responden (n) = 60 dan jumlah variabel X (k) = 2, sehingga $df = n - k = 60 - 2 = 58$, maka didapatkan hasil Ftabel sebesar 3,16.

Tabel 11 Uji Simultan (Uji F)**ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	108,760	2	54,380	39,150	,000 ^b
Residual	79,173	57	1,389		
Total	187,933	59			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} 39,150 > F_{tabel} 3,16$ atau sig. sebesar 0,000 < 0,05.

Dikaitkan dengan teori yang ada, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2), secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761	,579	,564	1,179

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2022)

Berdasarkan pada tabel 12 dapat dilihat bahwa nilai R yaitu sebesar 0,761 (76%). Dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah cukup erat. Nilai R square atau nilai koefisien determinasi diatas menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian 58% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat di dalam penelitian ini seperti promosi, brand image, dan variabel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Kaldu Jamur, maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kaldu Jamur. Hal ini dibuktikan dengan pengujian parsial (uji T) dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.
2. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kaldu Jamur. Hal ini dibuktikan dengan pengujian parsial (uji t) dapat dilihat dari nilai nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.

3. Variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kaldu Jamur. Hal ini dibuktikan dengan pengujian secara simultan (uji f) dapat dilihat nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel. Sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) Nilai R square atau nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian tujuh puluh lima persen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar dua puluh lima persen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusra Dodi. 2018. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tepung Bumbu Mamasuka. *Journal of Economic Business and Accounting*. 2(1), 106-117
- Apriliani, Y., Alam, AS., Sulistiawan, SN. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tomat di Pasar Muka Cianjur. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(2), 73-82
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan, Edisi keempat. Jakarta: Indeks
- Mariana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Industri UKM Amplang UD. *Sinar Rejeki Di Samarinda. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2015, 3 (2): 388-402
- Prasetyaningsih, Y., Sari, M. W., & Ekawandani, N. 2018. Pembuatan Penyedap Rasa Alami Berbahan Dasar Jamur Untuk Aplikasi Makanan Sehat (Batagor). *Eksergi*, 15(2), 41-47.
- Supriyatna, Yuda. 2020. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Yamaha Mio di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*. 6(1), 36-50.
- Suryana, A., Rizal, AN., Hermawan, R. 2021. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Beras Hitam (*Oryza Sativa* L. Indika) di Usaha Berat Sehat Sawah Baik Cianjur. *Jurnal Agrita*. 3(1), 15-30
- Zulkifli & Rahmayani, S. 2021. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Masakan Pusaka Indatu di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie. *Jurnal Ekobismen*. 1(2), 57-66.