



**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA
TOKO KAIN KILOAN AULIA PONOROGO)**

Aprida Riani, Setyo Adji dan Siti Chamidah
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
E-mail: apridariani99@gmail.com

Abstrak

Keputusan Pembelian adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Susastro, 2012: 38). Menurut Raharjani (2010), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut antara lain; produk, harga dan pelayanan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang dihasilkan berupa angka-angka. Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo. Analisis data penulis lakukan diawali dengan pengumpulan dan pengolahan data berupa kuesioner menggunakan skala Likert, di mana alternatif jawaban nilai 1 hingga 5 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas Layanan (X_3) maupun Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil pembahasan sesuai dengan data yang dikelola dengan model analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 3,272 dengan koefisien regresi 0,476.

Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 2,356 dengan koefisien regresi 0,444. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 3,706 dengan koefisien regresi 0,227. Diantara variabel independen yang ada (Produk, Harga dan Kualitas Layanan), Variabel Kualitas Layanan menjadi variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikasni sebesar 3,706 dengan koefisien regresi 0,227.

Produk, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil uji F hitung dengan nilai signifikasni sebesar 19,366.

Key Word: Produk, Harga dan Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Toko Kain Kiloan Aulia Ponoroo



Pendahuluan

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen menempati posisi sentral bagi perusahaan. Posisi sentral tersebut terbagi dalam dua kategori; pertama titik sentra sebagai subjek pengguna, di mana perusahaan diharuskan untuk dapat mengkomunikasikan produknya kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui tentang produk dan kedua titik sentral sebagai objek di mana perusahaan melihat dan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, seperti; seperti produk, harga dan kualitas layanan.

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengeintegrasian yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Susastro, 2012: 38).

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2010: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012: 48), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas di mana suatu produk dengan kualitas tinggi akan dipatok dengan harga tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, merupakan salah satu toko kain yang sering dikunjungi konsumen di Ponorogo. Dengan beragam produk yang dimiliki, harga yang terjangkau dan pelayanan yang prima, Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo berhasil menaikkan pendapatannya dari tahun ke tahun.

Teoritis

Produk

Menurut Mulyadi Nitisusastro (2012: 197) produk merupakan sesuatu yang berupa barang atau jasa yang mampu memberikan manfaat dan nilai kepada konsumen. Produk menurut Kotler dan Armstrong (2010: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Harga

Menurut Marius (2009: 24) harga merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk. Menurut Payne (2006: 171), harga dibuat dengan menambah persentasi *mark up* pada biaya atas manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa atau produk. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong, (2012: 48), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas di mana suatu produk dengan kualitas tinggi akan dipatok dengan harga tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Kualitas Pelayanan

Supranto dan Nandan (2011) mengemukakan kualitas layanan/jasa merupakan



suatu cara perusahaan jasa agar tetap unggul dalam persaingan memberikan jasa yang lebih tinggi dengan pesaingnya secara konsisten. Keunikan suatu produk jasa tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut; apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau belum. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

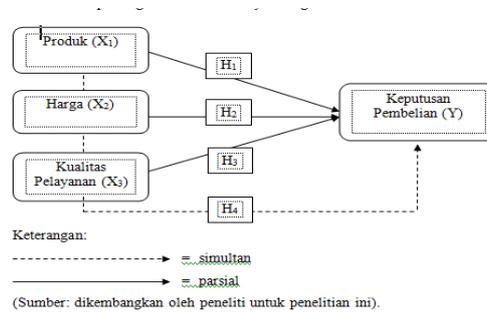
Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian menurut Helga dan Drumond (2003: 68) adalah mengidentifikasi semua pilihan yang memungkinkan untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengeintegrasian yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Susastro, 2012: 38).

Sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen dihadapkan pada suatu masalah yaitu, mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian atau dinamakan pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan.

Kerangka Pemikiran



Metode Penelitian

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, di mana hasil penelitian berupa uraian data-data angka, yakni data pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo. Metode pemecahan memecahkan melalui SPSS 18 dengan menggunakan analisis Regresi berganda, metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo. Data utama diperoleh dari Konsumen Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo yang terletak di Jl. Urip Sumohardjo, Ponorogo, tepatnya 50 meter arah barat Pasar Legi Songgolangit.

Analisis data penulis lakukan diawali dengan uji instrumen penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo.



Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Data merupakan kumpulan fakta, angka, segala sesuatu yang dapat diuji kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan. Dalam pengertian bisnis data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan (Kuncoro, 2003:124).

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung atau berupa angka-angka berupa data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya yang berasal dari jawaban responden dari hasil penyebaran kuisioner dan wawancara yang dilakukan pada Konsumen Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan tersebut.

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang akan diteliti yaitu melalui SPSS 18 dengan menggunakan analisis Regresi berganda. Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo.

Hasil Penelitian

Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil analisis data didapati bahwa Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Produk, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Produk, diperoleh nilai t hitung > t tabel ($3,272 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,476.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil analisis data didapati bahwa Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo juga dipengaruhi oleh faktor Harga, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Harga, diperoleh nilai t hitung > t tabel ($2,356 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,044.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil analisis data didapati bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Produk, diperoleh nilai t hitung > t tabel ($3,706 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,227.

Variabel Independen yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Secara keseluruhan didapati bahwa ternyata Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Produk dan Harga dan Kualitas Layanan, dengan pengaruh tertinggi pada faktor Kualitas Layanan dengan nilai t hitung sebesar 3,706.

Produk, Harga dan Kualitas Layanan Secara Bersama-Sama/Simultan Terhadap Keputusan Pembelian



Dari hasil analisis data didapati bahwa Produk, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($19,366 > 4,13$).

Pembahasan

Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Produk, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Produk, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,272 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,476. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler yang mengatakan bahwa produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian keragaman produk menurut James F. Engels, adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (dalam Kotler 2008: 96).

Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo juga dipengaruhi oleh faktor Harga, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Harga, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2,356 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,044. Hal ini sejalan dengan pendapat Swastha yang mengatakan bahwa harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan pembelian konsumen. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai dalam kaitannya dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Dalam situasi tertentu, konsumen sangat sensitif terhadap harga, sehingga harga yang relatif tinggi dibanding para pesaing dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Akan tetapi dalam kasus lainnya, harga dapat digunakan sebagai indikator pengganti kualitas produk, di mana harga yang lebih tinggi dipandang positif oleh segmen tertentu. Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas, mempunyai nilai lebih, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas (Swastha, 2004: 147).

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (Uji t) variabel independen Produk, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,706 > 2,000$) dengan koefisien regresi 0,227. Hal ini sejalan dengan pendapat Iswayanti yang mengatakan bahwa Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan memberikan jaminan layanan), *empathy* (kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pengguna (*customer*), dan *tangibles* (tampilan fisik layanan).



Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Produk dan Harga dan Kualitas Layanan, dengan pengaruh tertinggi pada faktor Kualitas Layanan dengan nilai t hitung sebesar 3,706. Tingginya faktor Kualitas Layanan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian terhadap Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo menunjukkan bahwa konsumen Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo ketika membuat keputusan untuk membeli produk Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo sangat memperhatikan dan banyak dipengaruhi oleh kualitas layanan. Dengan kata lain, bagi konsumen Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, meski produk Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo sangat sesuai dengan harga yang bahkan lebih murah jika dibandingkan dengan kualitas yang ditawarkan dan faktor kualitas layanan yang diperoleh konsumen berupa layanan karyawan yang ramah dalam melayani konsumen, yang cekatan dan teliti dalam memberi pelayanan, yang *sangat tanggap* dalam melayani permintaan dan keluhan konsumen, sangat memahami konsumen serta adanya fasilitas pada *Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo* nyaman sangat melekat di benak konsumen dan menjadi daya tarik utama bagi mereka dalam melakukan keputusan pembelian.

Produk, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji F , diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel ($19,366 > 4,13$). Hal ini sejalan dengan pendapat Raharjani yang mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut antara lain; keragaman barang, harga dan pelayanan. Sependapat dengan Raharjani, Swasta dan Handoko (2006) mengemukakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran yang antara lain terdiri dari; keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan (Raharjani, 2005),

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sesuai dengan data yang dikelola dengan model analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 3,272 dengan koefisien regresi 0,476.

Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 2,356 dengan koefisien regresi 0,444. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil Uji t hitung dengan nilai signifikasni sebesar 3,706 dengan koefisien regresi 0,227. Diantara variabel independen yang ada (Produk, Harga dan Kualitas Layanan), Variabel Kualitas Layanan menjadi variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikasni sebesar 3,706 dengan koefisien regresi 0,227.

Produk, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan hasil uji F hitung dengan nilai signifikasni sebesar 19,366.



Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Iqbal, Muhammad. 2018. Pengolahan data dengan Regresi Linear Berganda, (diunggah Oktober 2018, pukul 22.21 WIB).
- John C. Mowen dan Michael Minor. 2007. *Perilaku Konsumen* .Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro, 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Niti Susastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Singgih Priatmaji Sasongko. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Harga Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. 2008. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Andi Yogyakarta.
- Yuliani. 2005. *Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di ABC Swalayan Purbalingga*. Universitas Negeri Semarang