

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Cabai Merah di UD. Tarigan Desa Pertumbuken

Frimanta Tarigan¹, Edison Sagala²

^{1,2} Universitas Negeri Medan

e-mail: mantakazo09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian cabai merah di UD. Tarigan desa Pertumbuken. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear, uji T, uji F dan koefisien determinasi (R²) yang dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian cabai merah di UD. Tarigan desa Pertumbuken dengan nilai thitung > ttabel (3,108 > 1,672) dan signifikansi < 0,05 (0,003 ttabel (4,219 > 1,672) dengan signifikansi < 0,05 (0,000 Ftabel (13,612 > 3,159) dengan nilai signifikansi < 0,05). Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,323 yang bermakna bahwa variabel harga (X₁) dan variabel kualitas produk (X₂) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) sebesar 32,3% sedangkan sisanya 67,7% dipengaruhi oleh variabelvariabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

Abstract

This research aims to determine the partial and simultaneous influence of price and product quality on purchasing decisions for red chilies at UD. Pertumbuken village dance. The sampling technique in this research was simple random sampling with a sample size of 60 respondents. The data collection technique in this research uses a questionnaire with a Likert scale. Data analysis in this study used linear regression analysis, T test, F test and coefficient of determination (R²) which was carried out with the help of IBM SPSS 22. The results of the study showed that price partially influenced the decision to purchase red chilies at UD. Tarigan Pertumbuken village with a tcount > ttable (3.108 > 1.672) and a significance < 0.05 (0.003 ttable (4.219 > 1.672) with a significance < 0.05 (0.000 Ftabel (13.612 > 3.159) with a significance value < 0.05). The coefficient of determination test shows an R Square value of 0.323, which means that the price variable (X₁) and product quality variable (X₂) have an influence on the purchasing decision attachment variable (Y) by 32.3% while the remaining 67.7% is influenced by other variables outside the variables in this research.

Keywords: *Price, Product Quality and Buying Decision*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan mayoritas penduduknya berasal dari kalangan petani. Salah satu produk hortikultura yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia adalah cabai, karena cabai merupakan kebutuhan pokok dalam konsumsi sehari-hari di rumah tangga. Cabai memiliki prospek cerah sebagai komoditas, dengan nilai ekonomis yang tinggi, terutama karena permintaan akan cabai sebagai bahan baku industri serta potensi eksportnya ke negara-negara tetangga dan belahan dunia lainnya. Di antara berbagai jenis cabai yang ada, cabai rawit menjadi salah satu yang paling banyak ditemukan di Indonesia.

Keunggulan cabai sebagai komoditas usahatani meliputi nilai ekonomis tinggi, kemampuan multiguna dalam kehidupan sehari-hari, pemasaran yang cukup baik, dan hemat lahan karena dapat ditanam dengan mudah dengan teknologi yang tepat. Tanaman cabai juga kaya akan kandungan vitamin A, vitamin C, dan minyak atsiri capsaicin, yang memberikan rasa pedas dan sensasi panas yang khas saat digunakan sebagai bumbu dapur.

Dalam sektor pertanian, hortikultura menjadi salah satu subsektor yang memberikan kontribusi penting terhadap ketahanan pangan di Indonesia. Cabai, sebagai salah satu sumber vitamin yang baik dan relatif murah dibandingkan dengan buah-buahan lain, menjadi bagian penting dari upaya peningkatan ketersediaan pangan dari sumber nabati. Namun, permintaan terhadap cabai merah sering mengalami fluktuasi, terutama karena naik turunnya harga di pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga cabai meliputi tidak meratanya produksi sepanjang tahun di seluruh daerah, gangguan musim, dan kegiatan pemasaran. Petani cabai, khususnya di daerah tertentu seperti desa Pertumbuken Kecamatan Barus Jahe, seringkali menghadapi tantangan harga yang fluktuatif, yang merupakan beban terbesar bagi mereka.

Penelitian yang dilakukan di UD. Tarigan, sebuah usaha dagang cabai merah di desa tersebut, menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam pembelian cabai, yang disebabkan oleh kurang baiknya kualitas cabai yang tersedia di pasar. Data tentang jumlah konsumen dan penjualan cabai merah di UD. Tarigan juga menunjukkan variasi yang signifikan dari hari ke hari, yang mengindikasikan kompleksitas dalam keputusan pembelian konsumen. Melalui pemahaman akan dinamika pasar cabai merah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, diharapkan dapat ditemukan solusi atau strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh para petani dan pelaku usaha di sektor hortikultura.

METODE

Peneliti melakukan studi di Desa Pertumbuken, Kecamatan Barus Jahe, Kabupaten Karo. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari bulan Maret hingga Mei pada tahun 2022/2023. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen cabai yang berjumlah 147 orang di Desa Pertumbuken.

Variabel yang diteliti terbagi menjadi variabel bebas, yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2), serta variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Pengukuran variabel menggunakan indikator yang telah ditetapkan, dengan persepsi konsumen sebagai dasar pengukuran. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi langsung di tempat penjualan cabai, dan wawancara dengan beberapa responden. Setelah itu, dilakukan uji instrumen penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian cabai di desa Pertumbuken Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo. Hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,108 > 1,672$) dengan signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$) pada tingkat signifikansi 5%.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian cabai di desa Pertumbuken Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo. Hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,219 > 1,672$) dengan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) pada tingkat signifikansi 5%.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil uji hipotesis (uji -f) bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai di desa Pertumbuhan Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,612 > 3,159$) dengan nilai signifikansi $<0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang berarti bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta harga dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 32.3% sedangkan sisanya 67.8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini

SIMPULAN

1. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian cabai di Pertumbuhan Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo.
2. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian cabai di Pertumbuhan Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo.
3. Variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian cabai di Pertumbuhan Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Asmara, O.M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1):660-669.
- Ariani, D.W. (2008). *Manajemen Kualitas*. Jakarta, Indonesia: Universitas Terbuka.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Bancin budiman john. (2021). Citra merek dan Word Of Mouth.
- Basu Swastha & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Ely. (2021). *Penataan Produk*.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harini. (2008). *Penetapan Harga Makro Ekonomi Pengantar*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016, . *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Harpenas, Asep & R. Dermawan. (2010). *Budidaya Cabai Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hermann, et, al. (2007). "The social influence of brand community: evidence from European car clubs", *Journal of Marketing*, Vol. 69, p 19 - 34. (jurnal)
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Marketing Management*. Twelfth Edition, Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Strategi : Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat.
- Nainggolan, Nana Triapnita. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Orville, Larreche, Boyd, (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Rosyidi Ririn, (2020). *Buku Monograf Pengendalian Kualitas*.

- Rusmawan. (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Promosi Terhadap Minat BeliKonsumen Kota Pariman Di Toko Online Shop. Setiadi. (2006). Cabai Rawit, Jenis dan Budidaya. Jakarta : Penebar Swadaya.Sinulingga (2021). Perilaku Konsumen.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :ALFABETA
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta Sunyoto,
- Danang. (2020). Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategidan Kasus, Jakarta: Center of Academics Publishing service.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius,Chandra, (2016). Service, Quality & Satisfaction.Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono. (2006). Manajemen Pelayanan Jasa. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono. Fandy, (2004). Manajemen Jasa dan Manajemen Pemasaran,Yogyakarta :Penerbit Andi.