

## **PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Galeri Jenang Kelapa Sari Rejowinangun Blitar)**

Lu'lu Ul Maknunah, Rika Dwi Apriliyaningsih  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Islam Balitar, Jl. Majapahit No. 2 - 4 , Blitar 66139  
Email: luluulmaknunah@unisbablitar. ac. id

### **ABSTRACT**

*UD. Kelapa Sari Blitar is an individual company founded by Mr. H. Imam Muhtadi engaged in production. The price level applied by the company affects the quantity sold. In addition, indirectly the price also affects costs, because the quantity sold affects the costs incurred in relation to production efficiency. A very important factor in purchasing decisions is the price setting goals. Prices have an impact on financial performance and have an important effect on the value of brand positioning in the minds of customers. The purpose of this study is to find out how the effect of prices on purchase decisions at UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar. The population in this study were all buyers who had bought at UD. Sari Sari Rejowinangun Blitar. Samples in this study amounted to 84 respondents. The sampling collection technique used in this study was incidental sampling. The method of collecting data in this study was using questionnaires, literature, and documentation. From the results of research and discussion it can be concluded that the price (X) does not affect the purchase decision (Y) at UD. Kelapa Sari Blitar.*

**Keywords: Price, Geti, Purchase Decisions, Kepala Sari**

### **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak penuh dengan ketidakpastian . Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam halmenciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal. Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis.

Tingkat harga yang diterapkan oleh perusahaan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya,

karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis.

Jenang merupakan salah satu jenis jajanan tradisional masyarakat Jawa di Indonesia yang masih populer hingga saat ini. Biasanya digunakan dalam acara hajatan seperti pernikahan, khitan dll. Tidak hanya sebagai jajanan tradisional, jenang sudah menjadi oleh-oleh khas di beberapa daerah.

Seperti di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar yang merupakan perusahaan jenang yang didirikan oleh Bapak H. Imam Muhtadi menyediakan berbagai jenis jenang salah satunya jenang beras dan jenang ketan. Harga yang ditawarkan di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar sangat beragam sesuai dengan kualitas dari bahan produk jenang yang digunakan namun dalam arti wajar. Di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar memberikan harga yang murah dengan kualitas produk yang baik. Sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Perusahaan sangat menyadari tingkat persaingan pada industri perumahan saat ini sangat tinggi dan mereka harus mengantisipasi tingkat persaingan tersebut agar dapat terus bertahan. Untuk itu perusahaan UD. kelapa sari Rejowinangun Blitar ini berlomba – lomba. Berikut data-data penjualan Jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Harga dan Penjualan Jenang UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar

Tahun	Harga per kg	Penjualan (kg)
2015	Rp. 19.000	Rp. 1.140.000
2016	Rp. 20.000	Rp. 1.200.000
2017	Rp. 23.000	Rp. 1.380.000
2018	Rp. 25.000	Rp. 1.500.000
2019	Rp. 30.000	Rp. 1.800.000

Sumber data : Perusahaan Jenang “UD. Kelapa Sari” Rejowinangun Blitar

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa penjualan Jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar selalu mengalami kenaikan harga pada tiap tahunnya. Hal ini dikarenakan menyesuaikan harga bahan baku yang digunakan seperti beras, ketan dan gula jika mengalami kenaikan harga ikut naik sedangkan jika mengalami penurunan harga jenang tersebut juga ikut turun, tetapi tidak mengurangi kualitas produksi yang dihasilkan. Menurut Kotler & Armstrong (2008) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian yaitu tujuan penetapan harga. Harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek di benak pelanggan. Harga juga memungkinkan menjadi sebuah perwakilan dari ukuran kualitas produk. Masalah kebijakan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga di sini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor, misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang dituju dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh harga dalam menarik minat konsumen untuk memutuskan pembelian jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar melalui penelitian ini yang berjudul *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar*. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jenang pada UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar. Hipotesis pada penelitian ini ada dua yaitu:

Ho: Diduga tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Ha: Diduga ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan alat bantu pengolah data dengan sistem program aplikasi komputer agar dapat mengolah data penelitian secara cepat dan mudah. Alat-alat penelitian yang digunakan untuk mengolah data yaitu SPSS. Menurut Nugroho (2005) SPSS (*Statistical package for Social Science*) merupakan salah satu software statistik yang dapat digunakan untuk membantu pengolahan, perhitungan dan analisis data secara statistik. SPSS yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 18. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber data primer pada penelitian ini menggunakan hasil pengisian dari kuesioner yang biasa dilakukan peneliti yaitu tanggapan dari karyawan dan pengunjung di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar terhadap kuesioner yang diajukan. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian, buku, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar.

Menurut Sugiyono (2010), *populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya*. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah pembeli yang pernah membeli jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar selama satu bulan. Menurut pemilik UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar, rata-rata pembeli jenang selama tahun 2019 kurang lebih 500 pembeli dalam satu bulan. Berdasarkan jumlah populasi yang besar maka peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus *Slovin*.

Menurut Umar (2002) perhitungan jumlah sampel dari populasi yang terdiri dari masyarakat dan pengunjung dilakukan dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel  
N = Jumlah Populasi  
e = Tingkat Kesalahan(*error level*)10% atau 5%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$= \frac{500}{1 + 500 (10\%)^2}$$

=83,33 dibulatkan menjadi 84

Dengan hasil sebesar 83,33 kemudian dilakukan pembulatan ke bawah sehingga di dapat jumlah responden sebesar 84 pembeli jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar. Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Sampling* yaitu menurut Nurdin dan Hartati (2019), teknik penentuan sampel secara kebetulan. Maksudnya adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data yang sedang membeli jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar.

Setelah data hasil kuesioner didapatkan, maka langkah selanjutnya adalah menguji data tersebut. Beberapa uji yang dilakukan adalah uji instrumen (kuesioner), uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji instrument meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Nugroho (2005), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Salah satu teknik untuk menguji validitas dengan menggunakan Pearson Correlation dengan melihat hasil nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < \alpha$ .

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui *keajegan* atau konsistensi alat ukur (kuesioner). Artinya, seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda (Purnomo, 2017). Pengujian ini menggunakan Teknik *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) yaitu jika  $\alpha > 0,60$  maka

dikatakan reliabel (Rahayu dkk, 2018). Penelitian ini melakukan uji regresi, oleh karena itu memerlukan uji asumsi klasik. Menurut Kurniawan dan Yuniarto (2016), uji asumsi klasik merupakan syarat-syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi.

Penelitian ini menggunakan dua uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Menurut Zulfikar dan Budiantara (2014), uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel yang digunakan berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Menurut Sahab (2018), untuk menguji normalitas dapat menggunakan beberapa cara, salah satunya menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada di atas 0,05.

Menurut Gujarati (2004), pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan teknik uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi  $> \alpha = 0,05$  artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Duli, 2019). Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji *F-test*. Hasil *F-test* pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA dengan kriteria pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Gozali, 2005).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan valid tidaknya sebuah alat ukur. Valid berarti kuisioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sedang diukur. Kuisioner dikatakan valid jika Sig. (2-tailed) dari data tersebut  $< 0,05$ . Salah satu teknik untuk menguji validitas dengan menggunakan Pearson Correlation dengan melihat hasil nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < \alpha 0,05$ . Hasil uji validitas selengkapnya tersaji dalam Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Validitas

No	Variabel	Sig(2-tailed)	Keterangan
1	X1.1	0.00	Valid
	X1.2	0.00	Valid
	X1.3	0.00	Valid
	X1.4	0.00	Valid
2	Y1.1	0.00	Valid
	Y1.2	0.00	Valid
	Y1.3	0.00	Valid
	Y1.4	0.00	Valid
	Y1.5	0.00	Valid

Sumber : Data Primer diolah yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh hasil signifikansi (2-tailed) adalah 0,00. Instrumen kuesioner dikatakan valid jika hasil nilai Sig. 2-tailed ( $0,000 < 0,05$ ). Oleh karena itu, pertanyaan-pertanyaan pada variabel Harga(X1), variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan Valid. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah instrumen kuesioner telah valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan Teknik *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) yaitu jika  $\alpha > 0,60$  maka dikatakan reliabel. Hasil uji Reliabilitas terhadap masing-masing variabel tersaji dalam Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Harga	0,619	Reliabel
Keputusan pembelian	0,614	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,619 dan Keputusan Pembelian

sebesar 0,614. Oleh karena itu, semua item pernyataan dari dua variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,060. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah instrumen kuesioner dapat dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian ini.

### Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel yang digunakan berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dapat menggunakan beberapa cara, salah satunya menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari nilai asumsi Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka dapat dikatakan distribusi normal. Hasil uji Normalitas terhadap masing-masing variabel tersaji Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,44510839
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		,913
Asymp. Sig. (2-tailed)		,375

Sumber : Data Primer diolah menggunakan program SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) dari data tersebut > 0,05 diperoleh dari hasil Sig. (2-tailed) 0,375. Sehingga, hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi normal. Artinya, penelitian dapat dilanjutkan kepada uji selanjutnya.



### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan teknik uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,229	1,492		2,835	0,006
	HARGA	-0,147	0,095	-0,169	-1,551	0,125

a. Dependent Variable: RES\_2

Sumber : Data primer diolah menggunakan program SPSS

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Sig dari data tersebut lebih dari 0,05. Variabel Harga memiliki signifikansi 0,125. Jadi, dapat disimpulkan bahwa datapada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Oleh karena itu, analisis regresi dapat dilakukan pada penelitian ini.

### Uji F (*F-Test*)

Uji F atau *F-test* bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil *F-test* pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA dengan kriteria pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil *F-test* dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0,087 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulan yang dapat ditarik pada uji hipotesis ini adalah variabel Harga (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian(Y).

Tabel 6. Hasil *F-Test*

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,197	1	18,197	3,007	,087 <sup>a</sup>
	Residual	496,22	82	6,051		
	Total	514,417	83			
a. Predictors: (Constant), HARGA						
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

Sumber : Data primer diolah menggunakan program SPSS

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar. Dari hasil *F-test* dapat dikatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian diperoleh dari nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0,087 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap konsumen yang membeli di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar, harga yang ditawarkan tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Kemungkinan ada faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti faktor kualitas produksi, promosi dan lain-lain. Hasil penelitian ini didukung dengan data di lapangan yang ada pada Tabel 1. Meskipun harga naik setiap tahunnya, namun tingkat penjualan jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar juga terus meningkat setiap tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa para konsumen jenang di UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar tidak melihat harga dalam menentukan pembelian jenang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Kelapa Sari Rejowinangun Blitar, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa harga ( $X$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat Berdasarkan Uji F diperoleh nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0,087 > 0,05$  di mana  $H_0$  pada akhirnya diterima

dan Ha ditolak. Saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya kualitas produksi dan promosi. Selain itu, penelitian mendatang juga diharapkan dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian seperti melalui wawancara kepada konsumen sehingga memperoleh informasi yang bervariasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Gujarati, Damodar. 2004. *Basic Econometrics, Fourth edition*. Singapore: McGraw-Hill Inc.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto, Budi. 2016. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Jakarta: Andi Yogyakarta.
- Nurdin, Ismail dan Hartati, Sri. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group dan UNMUH Ponorogo Press.
- Rahayu, Sri Mangesti, Ramadhanti, Wita dan Widodo, Taufik Margi. 2018. *Analisis Pengaruh Gender Direksi dan Komisaris, Manajemen Laba, Serta Kinerja Perusahaan Terhadap Kompensasi Manajemen Puncak di Asean*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sahab, Ali. 2018. *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Siregar, Syofian. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Zulfikar dan Budiantara, I. Nyoman. 2014. *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika Edisi 1*. Yogyakarta: Deepublish.