

**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang**

Ramgendi¹, Salim Siregar²

^{1,2} Universitas Singaperbangsa Karawang
ramgendi@gmail.com, salim@fe.unsika.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out, analyze and explain how big the partial and simultaneous influence of Product Quality and Price is on the Purchase Decision of Tiga Roda Cement in Karawang Regency. The method used in this research is descriptive and verification research methods. This type of research is quantitative research. The population in this study focused on consumers of Tiga Roda cement products in the Karawang Regency area. The number of samples from this research was 225 people from consumers of Semen Tiga Roda using a purposive sampling technique. The analytical tool used in this research uses multiple linear regression analysis. The research results show that there is a partial or simultaneous influence between product quality and price on purchasing decisions for Tiga Roda Cement in Karawang Regency. The magnitude of the influence of product quality and price on purchasing decisions is 83.6%. Meanwhile, the influence of other variables outside the model is 16.4%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

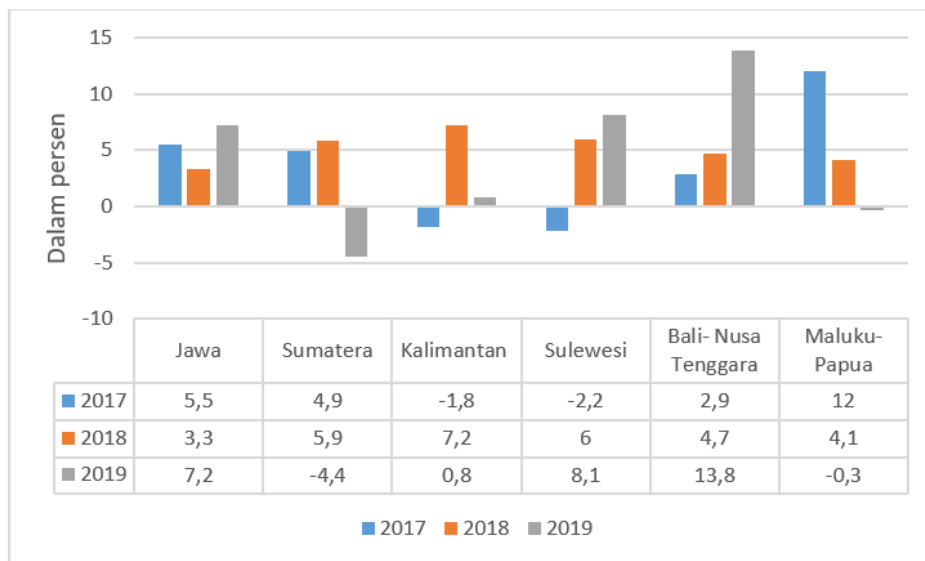
ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan seberapa besar pengaruh simultan dan parsial antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada pengguna produk Semen Tiga Roda di wilayah Kabupaten Karawang, dengan jumlah sampel 225 orang yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Pengaruh kualitas produk dan harga sebesar 83,6%, dengan pengaruh variabel lain di luar model sebesar 16,4%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Industri semen adalah salah satu bidang usaha yang paling berkembang di Indonesia di antara banyaknya sektor industri, hal ini dikarenakan luasnya wilayah Indonesia yang masih berkembangnya pembangunan infrastruktur di berbagai wilayah, Kinerja industri semen diproyeksi lebih meningkat pada tahun 2019 dibanding dengan 2018, Hal ini karena didorong upaya pemerintah untuk terus menciptakan iklim usaha yang kondusif di Tanah Air (Rochmanto, 2019)



Gambar 1. Persentase Konsumsi Semen Indonesia Berdasarkan Wilayah

Sumber: <https://indoanalisis.co.id/>, 2024

Gambar 1 menunjukkan bahwa konsumsi semen di seluruh Indonesia hanya meningkat di beberapa wilayah, salah satunya Jawa, yang mengalami peningkatan yang paling signifikan di Bali dan Nusa Tenggara. Wilayah Sumatera masih mengalami penurunan, dan dari Maluku hingga Papua mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir. Meskipun tiga wilayah mengalami penurunan yang cukup besar, namun tiga wilayah lainnya mengalami peningkatan. Konsumsi semen terus meningkat karena pada wilayah Jawa lebih banyak memiliki Beberapa kota seperti Jakarta, Bekasi, Karawang, dan Purwakarta sedang mengalami pertumbuhan industri seperti properti, pembangunan infrastruktur, dan perumahan.

Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan, disebut sebagai kualitas produk. Penilaian kualitas produk menentukan apakah produk yang akan dibeli memenuhi harapan pembeli. Konsep kualitas adalah solusi tunggal bagi bisnis yang ingin berkembang dan menghasilkan keuntungan. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempengaruhi pelanggan. Pelanggan tidak akan membeli barang yang tidak memenuhi harapan mereka. Konsumen lebih cenderung membeli produk berkualitas tinggi. Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan, disebut sebagai kualitas produk (Kotler & Keller, 2017). Penilaian kualitas produk menentukan apakah produk yang akan dibeli memenuhi harapan pembeli. Konsep kualitas adalah solusi tunggal bagi bisnis yang ingin berkembang dan menghasilkan keuntungan. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempengaruhi pelanggan.

Nilai suatu barang dapat diukur dalam mata uang dan disebut harga (Alma, 2016). Salah satu keputusan penting yang dibuat oleh manajemen adalah penentuan harga ini. Harga harus dapat menutup semua biaya, atau bahkan lebih dari itu, untuk mendapatkan laba. Namun, keuntungan akan berkurang jika harga terlalu tinggi. Jika

ini terjadi, pembeli akan berkurang, penjualan akan berkurang, biaya mungkin tidak dapat ditutup, dan perusahaan akhirnya akan rugi. Setiap kendaraan yang dikeluarkan biasanya memiliki kelebihan dan kekurangan, jadi pilihan konsumen adalah. Dalam penelitian ini, kualitas produk, harga, dan persepsi merek adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.

Konsumsi semen di Indonesia dan berbagai jenis semen, terutama Semen Tiga Roda, telah meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan semen. Akibatnya, persaingan kualitas dan harga semen terus meningkat, membuat masyarakat memilih untuk menggunakan semen yang mereka inginkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif verifikatif yaitu dengan cara mencari informasi mengenai masalah yang ada lalu didefinisikan dengan jelas dan terperinci dengan tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai salah satu bahan untuk membuat laporan. Menurut (Sugiyono, 2017) pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui variabel mandiri, (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel *independen*, karena variabel *independen* selalu dipasangkan dengan variabel *dependen*). Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) bahwa pendekatan verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan kausalitas antara variabel melalui suatu pengujian melalui suatu statistik di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan pendekatan verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data. Pendekatan verifikatif bertujuan untuk menjawab pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan Pembelian Semen Tiga Roda. Populasi pada penelitian ini terfokus pada konsumen produk semen Tiga Roda yang berada di wilayah Kabupaten Karawang. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 225 orang yang berasal dari konsumen Semen Tiga Roda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 225 orang yang berasal dari konsumen Semen Tiga Roda dihitung dengan menggunakan rumus hairs. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan kriteria ini sebagai berikut. (a) Responden yang pernah membeli semen merek Tiga Roda; (b) Responden yang berusia diatas 17 tahun. (c) Responden yang berdomisili di Kabupaten Karawang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun untuk mengetahui kontribusi atau hubungan antara variabel bebas (*independen*) yaitu kualitas produk dan harga dengan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan pembelian maka digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel terikat (*dependen*) apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) berhubungan positif atau negatif. Berikut hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 1. Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.271	1.199		3.563	.001
	Kualitas_produk	.667	.105	.542	6.336	.000
	Harga	.498	.106	.402	4.697	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 1 di atas terdapat hasil olah data regresi sehingga dapat dijadikan persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 4,271 + 0,667X_1 + 0,498X_2$$

Model regresi linier berganda berikut dapat dijelaskan dari model sebelumnya:

1. Jika nilai variabel kualitas produk dan harga sama dengan nol, maka nilai skor variabel keputusan pembelian adalah 4,271.
2. Jika variabel kualitas produk meningkat 1 skor dengan asumsi variabel harga konstan, maka koefisien regresi variabel kualitas produk adalah 0,667. Maka skor variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,667 pada konstanta 4,271.
3. Ada koefisien regresi variabel harga sebesar 0,498, yang berarti bahwa jika variabel kualitas produk meningkat 1 skor dengan asumsi variabel kualitas produk tetap, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,498 pada konstanta 4,271.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil

pangkat dua dari koefisien korelasi. Adapun pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.836	.833	2.458
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_produk				
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian				

Sumber: Pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa total pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,833 atau sebesar 83,6%. Sedangkan pengaruh variabel lain di luar model sebesar $1 - 0,833 = 0,167$ atau 16,7%.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh parsial antara kualitas produk dan keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang, hipotesis berikut digunakan:

H0: Tidak ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang;

H1: Ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

Kriteria uji: H0 ditolak jika $\text{sig} < \alpha$ atau $|t_{\text{hitung}}| > t_{\text{tabel}}$. Untuk menguji adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, tingkat signifikansi (α) 5% tingkat kebebasan (df) = $(n - k) = 225 - 2 = 223$ diperoleh t tabel 1,651. Tabel berikut menunjukkan pengaruh parsial antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis (Uji - t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.271	1.199		3.563	.001
	Kualitas_produk	.667	.105	.542	6.336	.000
	Harga	.498	.106	.402	4.697	.000
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						

Sumber: Pengolahan data, 2024

Berdasarkan Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas produk adalah 6,336. Nilai ini dibandingkan dengan t tabel dengan tingkat signifikan 5%, $df = n - 2 = 225 - 2 = 223$, dan hasilnya adalah t tabel = 1,651. Oleh karena itu,

diketahui bahwa nilai t hitung (6,336) lebih besar daripada t tabel (1,651), yang menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji t)

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, statistik uji F digunakan. Dalam situasi di mana F_{hitung} kurang dari F_{tabel} , H0 diterima dan H1 ditolak; sebaliknya, dalam situasi di mana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , H0 ditolak dan H1 diterima. Jika tingkat signifikan lebih rendah, H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan menggunakan hipotesis berikut, pengujian statistik dapat dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

H0: Tidak ada hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

H1: Ada hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang.

Kriteria uji menetapkan bahwa H0 ditolak jika $sig < \alpha$ atau $| F_{hitung} | > F_{tabel}$.

Nilai f_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS, kemudian dibandingkan dengan f_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$, dengan sampel 92 maka diperoleh f_{tabel} sebesar 3,070.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji- F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2988.646	2	1494.323	247.310	.000 ^b
	Residual	586.104	225	6.042		
	Total	3574.750	225			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_produk						

Sumber: Pengolahan data, 2024

Menurut tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas, yaitu kualitas produk dan pengaruh harga, memengaruhi keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Nilai $F_{hitung} = 247,310$ dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan nilai $F_{tabel} = 3,033$. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (247,310 lebih besar dari 3,033) dan tingkat signifikansi = 0,050, dengan hipotesa H0 ditolak dan H1 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh parsial antara kualitas produk dan keputusan konsumen Kabupaten Karawang untuk membeli Semen Tiga Roda. Dengan koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,667, keputusan pembelian akan menjadi lebih baik sebesar 0,667 jika variabel kualitas produk mendapat skor 1 dengan asumsi variabel harga konstan.

Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan, disebut sebagai kualitas produk (Kotler & Keller, 2017). Penilaian kualitas produk menentukan apakah produk yang akan dibeli memenuhi harapan pembeli. Konsep kualitas adalah solusi tunggal bagi bisnis yang ingin berkembang dan menghasilkan keuntungan. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempengaruhi pelanggan.

Konsumen tidak akan membeli barang yang tidak memenuhi harapan mereka. Harga produk dapat merupakan jumlah uang (mungkin ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi produk dan layanan yang menyertainya, dengan kualitas produk yang lebih tinggi. Harga yang diinginkan konsumen adalah harga yang terjangkau dan bersaing karena daya beli mayoritas konsumen semakin rendah. Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan perusahaan dan pendapatan.

Menurut penelitian sebelumnya (Pahlevi & Hadi, 2017) dan (Amrullah et al., 2016), variabel kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Namun, penelitian Devi, 2019 menemukan bahwa kualitas produk tidak memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil tes hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh parsial antara harga dan keputusan untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Karena koefisien regresi variabel harga sebesar 0,498, jika variabel kualitas produk mendapat skor 1 dengan asumsi variabel kualitas produk tetap, maka variabel keputusan pembelian akan mendapat skor sebesar 0,498.

Nilai suatu barang dapat diukur dalam mata uang dan disebut harga (Alma, 2016). Salah satu keputusan penting yang dibuat oleh manajemen adalah penentuan harga ini. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya, atau bahkan lebih dari itu, untuk mendapatkan laba. Namun, jika harganya terlalu tinggi, itu akan menghasilkan hasil yang kurang menguntungkan. Jika ini terjadi, pembeli akan berkurang, penjualan akan berkurang, biaya mungkin tidak dapat ditutup, dan perusahaan akhirnya akan rugi. Setiap kendaraan yang dikeluarkan biasanya memiliki kelebihan dan kekurangan, jadi pilihan konsumen adalah. Dalam penelitian ini, kualitas produk, harga, dan persepsi merek adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Retnowulan (2017) dan Lubis (2019), variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Namun, studi lain menemukan bahwa persepsi harga konsumen di Toko Suryaphone Samarinda tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian mereka; dengan kata lain, tingkat persepsi harga yang tinggi atau rendah tidak akan memengaruhi keputusan pembelian mereka..

Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Menurut Kotler & Keller (2017), keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang dibuat oleh seorang calon pembeli tentang apakah akan membeli produk atau tidak. Pengaruh kualitas produk dan harga sebesar 0,833 atau 83,6%, sedangkan pengaruh variabel lain di luar model sebesar $1 - 0,882 = 0,164$ atau 16,4%. Penilaian kualitas produk menentukan apakah produk yang akan dibeli memenuhi harapan pembeli. Konsep kualitas adalah solusi tunggal bagi bisnis yang ingin berkembang dan menghasilkan keuntungan. Ini menunjukkan bahwa konsumen dipengaruhi oleh kualitas. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapannya.

Harga yang diinginkan konsumen adalah harga yang bersaing dan terjangkau. Harga dapat merupakan jumlah uang yang dibutuhkan (mungkin dengan beberapa barang) untuk memperoleh beberapa kombinasi produk dan layanan yang menyertainya. Keputusan harga mempengaruhi jumlah penjualan perusahaan dan pendapatan.

Penelitian sebelumnya yang melihat hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hal ini (Abragam Mahendra Bagaskara, 2014). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Nandani, 2014), yang juga didukung oleh (Anwar & Satrio, 2015).

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen untuk membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Karawang. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga sebesar 0,833, atau 83,6%, sementara pengaruh variabel lain di luar model sebesar $1 - 0,882$, atau 0,164 atau 16,4%.

SARAN

Rekomendasi dari penelitian ini didasarkan pada indikator variabel kualitas produk dan harga maka sebaiknya perusahaan harus membuat produk sesuai dengan

spesifikasi bangunan dan cara menggunakannya. Pada variabel harga maka sebaiknya perusahaan harus mendesain ulang produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, AR., dan Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol 5, No 7:1-15,
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bagaskara, A. M., & KHASANAH, I. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hidaya, A. D. S., & Lubis, D. S. W. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 1-7.
- Indonesia Industri Research Company. (2024). Persentase konsumsi semen Indonesia berdasarkan wilayah. Retrieved from <https://indoanalysis.com/insights/>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Nandani, A. (2014). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA SEMEN TIGA RODA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: Studi pada Mandor Bangunan Pemborong di Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Pahlevi, A. C., & Hadi, M. (2018). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk shampo Pantene. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 56-61.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139-145.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.