

Pengaruh Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Meta Rianty*, Ratih Tresnati, Septiana Ayu Estri Mahani

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*metarianty69@gmail.com, ratihtresnati27@gmail.com, estrimahani@gmail.com

Abstract. The purpose of this research has been to find out the application of Product Mix, Price, and Purchase Decision in RM Ponorogo, and also to find out how much influence the Product Mix and Price partially and simultaneously affects the Purchase Decision in RM Ponorogo Madang District Tribe II. The problem found in this study is that the Product Mix and Price have not been able to drive the Purchase Decision at RM Ponorogo because the product mix is less varied and the price is relatively more expensive than the same RM. The method used in this study is a survey method with sampling techniques using non probability sampling techniques, and selected is incidental sampling technique. This type of research is descriptive verifiive with a quantitative approach. The population in this study is rm ponorogo consumers in Madang Suku II subdistrict. The sample was 100 respondents. The data analysis method used is a multiple linear regression analysis whose purpose is to determine the direction of the relationship between the Product Mix variable and price to the purchase decision. In this test the results stated that the variable Product Mix and Price to the Purchase Decision at RM Ponorogo had a significant effect partially and simultaneously.

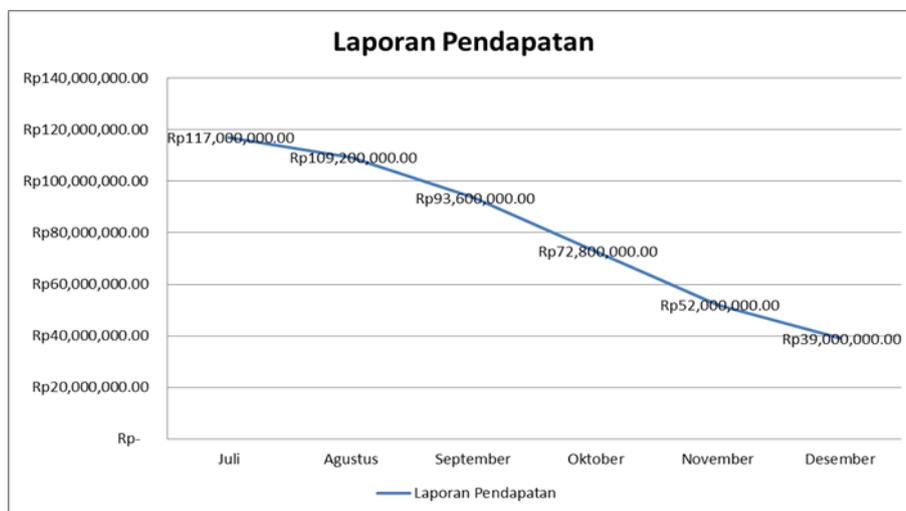
Keywords: *Product Mix, Price, Purchase Decision.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian yang telah dilakukan ini untuk mengetahui penerapan Bauran Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian di RM Ponorogo, dan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bauran Produk dan Harga secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian di RM Ponorogo Kecamatan Madang Suku II. Masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah Bauran Produk dan Harga belum mampu mendorong Keputusan Pembelian di RM Ponorogo karena bauran produknya yang kurang bervariasi dan harganya yang relatif lebih mahal dibandingkan RM sejenisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, dan yang dipilih yaitu teknik *insidental sampling*. Jenis penelitian ini ialah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen RM Ponorogo di Kecamatan Madang Suku II. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden. Metode analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linier berganda yang tujuannya untuk mengetahui arah hubungan antara variabel Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dalam pengujian ini hasilnya menyatakan bahwa variabel Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di RM Ponorogo berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: *Bauran Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

A. Pendahuluan

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Keberadaan rumah makan mulai dikenal sejak abad ke-9 di daerah Timur Tengah sebelum muncul di Tiongkok. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* untuk melayani konsumennya. RM Ponorogo merupakan salah satu rumah makan yang menyediakan menu makanan dan minuman seperti ayam bakar, bebek bakar, bakso, es campur, teh, dan lain-lain. Namun, pada bulan Juli - Desember 2021 RM Ponorogo mengalami penurunan pendapatan. Keputusan pembelian konsumen akan rumah makan dipengaruhi oleh bauran produk dan harga seperti yang dikemukakan oleh beberapa pakar peneliti. Menurut MA Rokim (2014) dari beberapa survei menyatakan bahwa bauran produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Survei yang dilakukan oleh F Rengkung (2012) juga menyatakan bahwa bauran produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.



Sumber: Owner RM Ponorogo (diolah peneliti, 2021)

Gambar 1. Laporan Pendapatan

Dapat dilihat bahwa dari bulan Juli mengalami penurunan pendapatan secara signifikan. Penurunan tersebut disebabkan oleh menu makanan dan minuman di RM Ponorogo kurang bervariasi dan harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan pesaing sejenisnya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dari itu dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “Pengaruh Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen RM Ponorogo di Kecamatan Madang Suku II)”

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bauran Produk di RM Ponorogo Kecamatan Madang Suku II.
2. Untuk mengetahui Harga di RM Ponorogo Kecamatan Madang Suku II.
3. Untuk mengetahui Keputusan Pembelian Konsumen RM Ponorogo Kecamatan Madang Suku.

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di RM Ponorogo yaitu berjumlah 7.800 orang. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik sampling incidental dan diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang.

Adapun jenis data yang digunakan yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman kuesioner dan pedoman wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu metode yang bersifat deksriptif dan korelasional verifikatif, transformasi data, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Parsial (Uji T)

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 1. Uji T

Model		Unstandardize d Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero- order	Parti al	Pa rt
1	(Consta nt)	1.84 5	2.784		.663	.509			
	Bauran Produk	.703	.227	.233	3.09 0	.003	.686	.299	.17 0
	Harga	1.52 8	.174	.663	8.79 4	.000	.822	.666	.48 5

Sumber: diolah peneliti, 2022

Kemudian untuk mengetahui nilai t tabel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:
 $T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$

Keterangan:

$\alpha = 0,05$ (Standard Signifikan)

T : Distribusi Tabel T

n : Jumlah Data

k : Variabel Bebas

Maka, $T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$

$= t (0,05/2 ; 100 - 2 - 1)$

$= t (0,025 ; 97) = 1,984$

Sehingga dihasilkan nilai t tabel sebesar 1,984.

Dapat dinyatakan bahwa nilai t hitung $3,090 > 1,984$ dari t tabel, yang artinya H_0 ditolak. Maka, terdapat pengaruh antara variabel bauran produk terhadap variabel keputusan pembelian. Kemudian nilai t hitung $8,794 > 1,984$ dari t tabel, yang artinya H_0 ditolak. Maka, terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel Bauran Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi On	5198.765	2	2599.383	115.953	.000 ^b
	Residual	2174.511	97	22.418		
	Total	7373.276	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Bauran Produk, Harga						

Sumber: diolah peneliti, 2022

Dari data yang diperoleh di tabel 3.49 diatas, baik dari pengolahan data melalui bantuan aplikasi SPSS maupun dari perhitungan secara manual untuk mencari nilai f tabel, maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} 115,953 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Bauran Produk dan Harga secara simultan atau serentak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan dalam bab sebelumnya yaitu penelitian tentang “Pengaruh Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen RM Ponorogo di Kecamatan Madang Suku II Kota Palembang)”. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat penerapan Bauran Produk dari RM Ponorogo yang menawarkan sejumlah menu makanan dan minuman dengan skor tertinggi 460 yang berada dalam kategori Sangat Baik. Namun demikian, menurut peneliti bauran produk kurang bervariasi dilihat dari menu yang ditawarkan.
2. Tingkat penerapan Harga dari RM Ponorogo berada dalam kategori Cukup dengan skor 321. Namun demikian, dibandingkan dengan pesaingnya harga yang diterapkan masih mahal.
3. Tingkat penerapan Keputusan Pembelian dari RM Ponorogo yang melakukan pembayaran dengan menggunakan metode tunai memiliki skor 455 yang artinya Sangat Baik.
4. Hasil uji pengaruh antara variabel Bauran Produk terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dikarenakan $3,090 > 1,984$ dan probabilitas $0,003 < 0,05$ oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Bauran Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Ponorogo dengan arah hubungan yang positif.
5. Berdasarkan hasil olah data, antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian mendapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dikarenakan $8,794 > 1,984$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan, bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Ponorogo dengan arah hubungan yang positif.
6. Berdasarkan hasil pengolahan data, antara variabel Bauran Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $115,953 > 3,09$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan, bahwa variabel Bauran Produk dan Harga secara simultan atau serentak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Ponorogo dengan arah hubungan yang positif.

Daftar Pustaka

- [1] Arifin, M., & Asfani, K. (2020). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Pengembangan. Makalah Prodi Pendidikan Kejuruan. Malang: Universitas Negeri Malang. <https://academia.edu> di unduh pada, 20.

- [2] Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- [3] Diem, M. J. (2014). Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Konsumen Studi Kasus: Pt. Rasa Prima Selaras Palembang.
- [4] Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- [5] Graha, G. G. (2016). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Invictus Bandung (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).
- [6] Gunarto, M. (2017). Tranformasi Data Ordinal ke Interval dengan Method Of Successive Interval (MSI). Researchgate.
- [7] Hariono, E. (2014). MENENTUKAN JUMLAH BAURAN PRODUK YANG OPTIMAL DENGAN METODE GOAL PROGRAMMING DAN INTEGER PROGRAMMING (Studi Kasus: PT. Wilmar Nabati Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- [9] Hermawan, Asep. (2009). *Penelitian Bisnis : Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo
- [10] Idris, F., & Idris, I. (2014). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian sepatu di toko Fajar sport kecamatan pedurungan Kota semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- [11] Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- [12] Khafidloh, U. (2017). Analisis bauran produk dan bauran harga produk kerupuk limbah tulang ikan tenggiri (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- [13] Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- [14] Lesmana, A., & Adhinugraha, D. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Karakteristik Produk, Promosi dan Kesadaran Akan Merek terhadap Intensi Pembelian Motherboard. *Journal of Business Strategy and Execution*, 7(1), 82-96.
- [15] Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- [16] Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal tabularasa*, 6(1), 87-97.
- [17] Murti, I. P. W., & Santika, I. W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk Dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah (Doctoral dissertation, Udayana University).
- [18] Nagara, D. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- [19] Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- [20] Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- [21] Ramadhan, S., & Lutfie, H. (2016). Pengaruh Bauran Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Chocodot (studi kasus pada mahasiswa/i Telkom University). *eProceedings of Applied Science*, 2(2).
- [22] RENGKUNG, F. (2012). PENGARUH BAURAN PRODUK DAN BAURAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SUZUKI PADA SINAR GALESONG PRATAMA KOTA GORONTALO. *Skripsi*, 1(261408038).

- [23] Rochman, F. N. (2019). PENGARUH BAURAN PRODUK TERHADAP PENJUALAN BUSANA MUSLIM EMDEE COLLECTION BANDUNG (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS)
- [24] Rokim, M. A. (2014). Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasaraya Sri Ratu Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 106-114.
- [25] Rubika, S. (2020). PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
- [26] HYPERMART DUTA MALL BANJARMASIN (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- [27] Ruskamto, M., Pragiwani, M., & Anhar, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Administrasi Hukum Umum Cikini Jakarta (KEMENKUMHAM). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Administrasi Hukum Umum Cikini Jakarta (KEMENKUMHAM).
- [28] Saleh, S. R. (2020). PENGARUH PRODUCT MIX (BAURAN PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
- [29] SMARTPHONE SAMSUNG. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 55-62.
- [30] Saputra, M. A. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Pengembangan. *Implementation Science*, 39(1), 1-24.
- [31] Selamat, Q. (2019). ANALISIS PENGARUH BAURAN (PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN TEMPAT) PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KEMBALI PRODUK TUPPERWAREBUSINESS
- [32] LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- [33] Sundari, & Suryani, N. A. (2019). PENGARUH BAURAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SALON MOZ5 SEKAYU.
- [34] *Jurnal Ekonomika*, 12(1).
- [35] Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.