

PENGARUH HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA D'TOP CHICKEN DI KOTA PRABUMULIH

Fitria¹

Program Studi Ekonomi Syariah STEI Al Furqon Prabumulih
Fitria.astafa@gmail.com

M. Robby Kaharudin²

Program Studi Ekonomi Syariah STEI Al Furqon Prabumulih
muhrobbykaharudin@gmail.com

Serly Agustin³

Program Studi Ekonomi Syariah STEI Al Furqon Prabumulih
augustserli@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product price on purchasing decisions at D'TOP at Chicken in Prabumulih City. The method used in this research is a quantitative method using a sample of 100 respondents. Sampling used a no-probability sampling technique. The data analysis method used in this research is simple linear regression to see how much influence product prices have on purchasing decisions at D'TOP Chicken in Prabumulih City. Based on the results of the simple linear regression analysis carried out in this research, judging from the results of the t test it was found that $t_{count} 77.124 > t_{table} 1.660$, it can be concluded that product price has a positive effect on purchasing decisions at D'TOP Chicken in Prabumulih City.

Keywords : Product Price, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga produk terhadap keputusan pembelian pada D'TOP di Chicken di Kota Prabumulih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik no-probability sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana untuk melihat seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada D'TOP Chicken di Kota Prabumulih. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, dilihat dari hasil uji t ditemukan bahwa thitung

77.124 > ttabel 1.660 maka dapat disimpulkan bahwa Harga Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada D'TOP Chicken di Kota Prabumulih.

Keywords: *Harga Produk, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh,terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain,strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan saran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (kotler, Keller : 2008 hlm 3)

Harga merupakan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagai konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk, seperti halnya elemen-elemen bauran pemasaran lainnya,bila dipergunakan secara tepat,maka harga dapat menjadi senjata strategik untuk bersaing secara efektif. Harga dapat disesuaikan ataudiubah secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang (Fandy Tjiptono, 290).

Harga sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa, harga khususnya merupakan pertukaran uang dengan barang atau jasa, harga adalah salah satu faktor penentu ketika pembeli akan menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Apabila produk atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok, pembeli akan sangat memperhatikan harganya (Fifyanita Ghanimata dan Mustafa, 2012)

Penetapan harga produk sebagai elemen bauran pemasaran dan perencanaan pemasaran akan menentukan posisi produk disuatu pasar serta laba yang dapat dihasilkan oleh produk tersebut. Untuk produk baru dapat diterapkan harga penetrasi ,yakni harga

awal rendah untuk menarik minat pembeli, atau harga mengapung *price skimming*, yakni harga awal tinggi karena produknya dianggap berbeda dengan produk yang telah ada di pasar. Untuk produk yang telah beredar dapat diterapkan harga pasar bila kualitas produk sama tetapi lokasi usaha lebih strategis dan kemampuan promosi lebih baik (Sudaryono, 2016 hlm : 53)

Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghasilkan mutu bila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, terhadap kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk. Proses keputusan pembelian dapat dikategorikan secara garis besar tiga tahap utama prapembelian, konsumsi, dan evaluasi. Tahap pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen di mana konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa (Fandy Tjiptono : 2015 hlm 53)

Saat ini bisnis kuliner sedang menjadi salah satu *trend* yang banyak diminati masyarakat di kota-kota besar salah satunya kota Prabumulih. Kota Prabumulih sangat cocok untuk mengembangkan sebuah usaha, di antaranya usaha cepat saji D'TOP Chicken. Di Kota Prabumulih D'TOP Chicken memiliki empat cabang yang berada di Jl. Alipatan, Jl. Padat Karya, Jl. Nasional dan Jl. Angkatan 45. D'TOP Chicken berdiri tahun 2022.

Meskipun banyak bermunculan pesaing kuliner yang ada di kota Prabumulih. Namun D'TOP Chicken tetap bertahan dan memiliki pelanggan setia dan mengalami peningkatan pembelian dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.

Data Penjualan D'TOP Chicken selama 1 tahun pada tahun 2022

Bulan	pengunjung	Jumlah Pendapatan (RP)
Januari	1000	Rp. 15.000.000
Februari	1250	Rp. 18.750.000
Maret	1450	Rp. 21.750.000
April	900	Rp. 13.500.000
Mei	850	Rp. 12.250.000
Juni	950	Rp. 14.250.000
Juli	1200	Rp.18.000.000
Agustus	1300	Rp. 19.500.000
September	1350	Rp. 20.250.000

Oktober	1450	Rp. 21.750.000
November	1350	Rp. 20.250.000
Desember	1500	Rp. 22.500.000

Sumber : D'TOP Prabumulih

Berdasarkan tabel penjualan di atas dapat diketahui bahwa pendapatan pada bulan januari hingga desember pada tahun 2022 mengalami fluktuatif. Namun dapat dilihat bahwa kenaikan cukup signifikan pada bulan desember. Harga produk merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Penetapan harga produk yang ditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan kualitas produk yang dijual dan daya beli konsumen sehingga konsumen dapat menjangkau harga produk yang ditetapkan dan otomatis volumen penjual akan meningkat.

Penelitian dilakukan oleh Imron Hidayat”Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi pada toko hero kesugihan cilacap)” harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, hal membuktikan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin bagus harga yang diberikan oleh pengusaha kepada konsumen maka semakin tingginya keputusan pembelian konsumen. Dan sebaliknya pengusaha memberikan harga tidak sesuai maka semakin rendahnya keputusan pembelian terhadap konsumen.

Penelitian dilakukan oleh Clarisna Widya Haningputri “Pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Anyar Kota Bogor selama pandemi covid 19. Hasil penelitian ini diketahui bahwa produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena konsumen di pasar anyar bogor malas untuk berbelanja di pasar atas takut penyebaran virus yang mengakibatkan terhambatnya keputusan pembelian konsumen membeli produk.

Penelitian dilakukan oleh Clarisna Widya Haningputri “Pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Anyar Penelitian dilakukan oleh Clarisna Widya Haningputri “Pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Anyar. Kota Bogor selama pandemi covid 19. Hasil penelitian ini diketahui bahwa produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena konsumen di pasar anyar bogor malas untuk berbelanja di pasar atas takut penyebaran virus yang mengakibatkan terhambatnya keputusan pembelian konsumen membeli produk.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau masyarakat yang berdomisili di Kota Prabumulih telah melakukan pembelian di D'TOP Chicken berjumlah 14.550. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *no-probability sampling* yaitu dengan jenis penarikan sampel secara *purposive sampling* yaitu penarikan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang ditentukan. Adapun syarat yang dimaksud adalah Seluruh konsumen yang dilakukan transaksi pembelian D'TOP Chicken, Berumur mulai dari 17 tahun, Periode pembelian dari bulan Januari 2022 – Desember 2022, Pelanggan yang berkenan mengisi kuesioner. Dengan menggunakan rumus slovin maka sampel yang diperoleh adalah 100 konsumen.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable. membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table yang sesuai dengan tingkat signifikansi yang dipilih (biasanya 0,05 atau 5%). Jika nilai r hitung lebih besar dari r table pada tingkat signifikansi yang dipilih, maka data tersebut dianggap valid. Ini berarti item atau pertanyaan tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan konstruk yang diukur.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur atau instrumen yang digunakan dapat diandalkan atau konsisten dalam mengukur konsep atau variable yang dimaksudkan. Salah satu metode yang sering digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan Cronbach's alpha (α), yang sering disebut sebagai koefisien alpha. Nilai Cronbach's alpha berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin mendekati 1, semakin baik reliabilitas alat ukur tersebut. Instrument untuk mengukur masing-masing variable dikatakan reliabel atau handal jika memiliki Cronbach alpha lebih besar dari r

tabel. Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

Regresi Linier Sederhana

Regresi Linier Sederhana digunakan untuk melihat pengaruh antara Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis regresi linier dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.355	.579		2.339	.021
	Harga Produk	1.214	.016	.992	77.124	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber :

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diatas dapat persamaan regresi sebagai berikut: $Y = a + bX$

Maka hasil analisis regresi linier sederhana, yaitu : $Y : = 1.355 + 1.214 (X)$

Berdasarkan hasil constant (a) sebesar 1.355 sedangkan nilai dari Harga Produk adalah 0,992. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel X adalah 0,992. Hal ini berarti bahwa apabila Harga Produk atau nilai $X = 0$ dianggap konstan maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 1.355. Dari hasil uji diatas diketahui nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Harga Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Penelitian ini membutuhkan analisis koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel bebas bisa menjelaskan seluruh varian dari variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. Jika $R = 0$ maka tidak ada hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Sebaliknya, jika $R = 1$ maka terdapat

hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	.695

a. Predictors: (Constant), Harga Produk

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai r sebagai koefisien korelasi adalah 0,992 sedangkan diketahui R *Squaer* sebagai koefisien determinasi yaitu, 0,984. Hasil tersebut dapat menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel independen secara menyeluruh terhadap naik turunnya variabel dependen. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai R *Square* = 0,984 atau 98,4% yaitu artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel Harga Produk (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 98,4%, sedangkan sisanya 1,6 % dipengaruhi oleh variabel lainya yang belum diteliti.

Uji T

Penelitian ini menggunakan uji t yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen (X) secara sendiri (Parsial) dengan variabel dependen(Y). Pengambilan keputusan untuk mengetahui pengaruhnya ada dua cara sebagai berikut :

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.355	.579		2.339	.021
	Harga Produk	1.214	.016	.992	77.124	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji t diketahui t variabel Harga Produk(X) mendapatkan nilai t hitung sebesar 77,124 sedangkan t tabel 1,660 maka dapat dinyatakan t hitung lebih besar dari t tabel. Dan nilai Signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa

variabel Harga Produk (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan Pembelian (Y).

PEMBAHASAN

Diketahui dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS 16, bahwa Harga Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,984 angka ini menunjukkan bahwa variabel Harga Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 98,4% sedangkan sisahnya sebesar 1,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sudaryono, bahwa yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga produk karena harga produk membuat masyarakat tertarik melakukan pembelian pada D'TOP Chicken.

Diketahui juga dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS 16, hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa variabel Harga Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Dari analisis ini dapat diketahui bahwa Harga Produk terkait dengan minat beli konsumen dalam memutuskan untuk membeli D'TOP Chicken. Kemudian, dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS 16, hasil pengujian yang dilakukan bahwa Harga Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Dari analisis ini dapat diketahui bahwa Harga Produk bisa menggerakkan minat beli konsumen yang ada di Kota Prabumulih Jl. Angkatan 45, dalam membeli D'TOP Chicken.

Salah satu cara perusahaan dalam meningkatkan penjualannya adalah melalui Harga. Dalam penggunaan Harga dapat berupa bentuk informasi Produk yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen baik berbentuk finansial maupun barang atau jasa. Salah satu alasan konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian terhadap suatu produk adalah Harga. Harga juga bisa dikatakan pembeda dari produk pesaing lainnya

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada D'TOP Chicken di Kota Prabumulih, maka disimpulkan bahwa: Variabel harga produk terhadap keputusan pembelian Pada D'TOP Chicken di Kota Prabumulih. Dari hasil perhitungan dapat di ketahui bahwa secara parsial (Uji t) variabel

harga produk (X) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $77,124 > 1,660$. Dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya terdapat hasil signifikan antara harga produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan uji koefisiensi determinasi di dapat *R Square* sebesar 0,984. Angka tersebut menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian(Y) dapat dijelaskan oleh variabel Harga Produk (X) sebesar 98,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengukur variabel lain dari keputusan pembelian D'TOP Chicken di Kota Prabumulih, baik dari kualitas maupun tingkat pelayanannya. Hal ini dikarenakan hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa Harga Produk memiliki pengaruh signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ceaser Jauzi Ibnul, *Analisis Perilaku Konsumen dalam keputusan pembelian alat musik perspektif Ekonomi Islam*, (Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung, 2017)
- Arfan Yenni, *Keputusan Pembelian Produk*, Padang : PT Inovasi Pratama Internasional
- Azwar, S, 2012, penyusunan skala psikologi, Yogyakarta: Pustaka Belajar, Edisi kedua.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Depok : Rajawali pers, 2019)
- Ceaser Abdul Jauzi Ibnul, *Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian dari musik Perspektif Islam*, (Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung, 2019)
- Ernawati Reni (2012), *Analisis Pengaruh Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian pada situs E-commerce Zalora*, Jakarta Vol 4, No 2
- Ester Eliana (2022), *Pengaruh Citra Merek, Kelayakan Harga, Kualitas Produk keputusan Pembelian Online pada olive Fried Chicken*, Yogyakarta, Vol 10, No 3
- Elmiliasari Febriana Dhea, *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap pembelian*, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Selatan, 2019)
- Fatono Nur Siti, *Pengantar Ilmu Ekonomi dan dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Bandung: Pustaka setia, 2014)
- Febriana Elmilliasari Dhea, (2022), *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Raket Chicken*, Badar Kediri, Vol 2, No 1
- Ferdiansa Saputra, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana toko terhadap volume penjualan di Toby's Fried Chicken*, (Kabupaten Sumenep, Universitas Wiraraja, 2018)
- Fifyanita, Mustafa (2012), *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian*, diponegoro journal of Mangement Vol 1, No 2 Haningputri Widya
- Indrarasi Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelangan*, (Surabaya, 2019)
- Istiqomah Siti, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian makanan siap saji Chicken Holic Plaza fair*, (Medan:Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019)
- Subagyo Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Impementasi*, (Tangerang, Februari 2016)
- Sunyoto Danang, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan kasus*, (Yogyakarta, 2014)

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung CV.AIFABETA, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung CV. ALFABETA, 2021)
- Sujarweni Wiratna, *Metode penelitian lengkap praktis dan mudah dipahami*, (Yogyakarta, PUSTAKABARUPRESS, 2022)
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, 2015)
- Zusrony Edwin, *Perilaku Konsumen di era modern*, (Semarang: YPAT, 2018)
- Kotler Philip dan Keller Lane Kevin, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke- 13 (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi-13 (Jakarta: Erlangga 2008)
- Muzdalifah, *Pengaruh Cita rasa dan Harga terhadap keputusan konsumen pada hisana Fried Chicken*, (Makasar : Universitas Muhammadiyah, 2019)
- Ningsih Pridina Cipta, *Pengaruh brand image produk makanan terhadap keputusan pembelian*, (Medan: Universitas, Muhammadiyah Sumatera Selatan, 2019)
- Riyanty Slamet Feni, *Analisis Penetapan Harga pada Pedagang sembako dalam perspektif ekonomi Islam*, (Purwokerto, Universitas Islam Negri, 2022)
- Sandu dan Alisodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media, 2015) Saputri Lita, *Pelanggan D'TOP Chicken*, Kota Prabumulih
- Sajid Nafis Muhammad, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas makanan dan persepsi harga di restoran cepat saji terhadap niat berperilaku*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019)
- Sahrul, *Pengaruh struktur organisasi terhadap kinerja karyawan pada kantor pelayanan pajak* (Makasar, 2016)
- Sinaga Darmeria, *Statistik dasar*, (Jakarta Timur: Uki press, 2014)