
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK IKAN PADA UMKM LAMORA DESA SOCAH KABUPATEN BANGKALAN

Putri Handayani

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Indah, Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur
69162

Korespondensi penulis: putrihandayaniie@gmail.com

Abstract. *This study aims to explain whether the price and product quality variables have a significant effect on the purchasing decision of the Lamora MSME fish crackers in Socah Village, Bangkalan Regency. The population of this study were all consumers of Lamora fish crackers and 40 respondents were taken as a sample. Processing data using SPSS software version 25. Hypothesis testing method using multiple regression analysis. Based on the research results, the adjusted R Square value is 0.495, which means that the effect of the independent variable on the dependent variable is 49.5%, so it is classified in the moderate category. The results show that the price variable has a negative but not significant effect on purchasing decisions. Partially product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously the price and product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

Keywords: *Price; Product Quality; Purchase Decision.*

Abstrak. *Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen kerupuk ikan Lamora dan diambil sampel sebanyak 40 responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Metode pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh Nilai adjusted R Square sebesar 0,495 artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 49,5% sehingga tergolong pada kategori moderat. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.*

Kata Kunci: *Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.*

LATAR BELAKANG

Beragamnya dunia bisnis mengakibatkan persaingan usaha menjadi semakin ketat setiap harinya. Fenomena tersebut menuntut sebuah pelaku bisnis agar lebih peka, kritis, dan tanggap terhadap berbagai perubahan politik, sosial budaya, dan ekonomi di sekitarnya. Terkadang sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan terlebih dahulu meninjau nonimal harga dan kualitas produk yang ditawarkan.

Salah satu usaha bisnis yang sedang meroket dan tengah menjadi pusat perhatian masyarakat terutama pecinta kuliner ialah usaha di bidang makanan ringan, dimana usaha ini memberikan perkembangan yang cukup pesat setiap harinya. Selain memberikan keuntungan yang signifikan, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwasannya kadang kala pembisnis kuliner mengalami penurunan akan keuntungan yang diperoleh, hal itu dapat terjadi karena pembisnis tersebut tidak mengaplikasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan produk yang dijualnya. Agar tercapainya tujuan perusahaan, seorang produsen haruslah memikirkan apa yang tengah dibutuhkan pembeli, serta harus mengetahui selera konsumen.

Pola pikir konsumen akan keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh gaya kehidupan yang tengah dijalannya saat ini. Keputusan pembelian merupakan hasil final yang diperoleh pelanggan dalam membeli sebuah produk. Aspek kualitas produk dan harga merupakan suatu acuan sebuah pelaku bisnis dalam memasarkan usahanya. Semakin berkualitas cita rasa suatu produk maka konsumen tidak akan ragu untuk mengambil keputusan pembelian. Tidak hanya itu, harga juga memiliki pengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun harga bersifat sementara, dimana produsen juga harus mengikuti perkembangan harga di pasar.

Ketatnya persaingan usaha saat ini, menjadi sebuah persoalan yang tengah dihadapi oleh seorang pelaku usaha bisnis makanan ringan. Salah satu usaha *home industri* yang tengah bersaing dipasar hingga saat ini ialah usaha rumahan “Kerupuk Ikan Lamora”, dimana salah satu UMKM ini telah menjadi tempat favorit warga Kecamatan Socah untuk sekedar mencoba dan membeli berbagai jenis olahan aneka kerupuk ikan. UMKM Kerupuk Ikan Lamora telah berdiri sejak tahun 2010. UMKM Lamora ini merupakan satu-satunya industri kerupuk di Kecamatan Socah yang mendapat ijin dari Departemen Industri dan Tenaga Kerja serta Departemen Kesehatan dengan diperoleh nomor Pengusaha Industri Rumah Tangga (PIRT) 2.02.35.26.21.0095.18.

Beberapa kendala terjadi pada usaha Kerupuk Ikan Lamora dalam pengaplikasian pemasaran terhadap perilaku konsumen. Salah satu kendalanya ialah konsumen yang hanya mengedepankan harga dibandingkan kualitas, mereka beranggapan bahwa point penting dalam melakukan keputusan pembelian ialah harga yang dibandrol haruslah murah. Sebaliknya, terdapat beberapa konsumen yang lebih mengedepankan kualitas dibandingkan harga, jika kualitas yang ditawarkan cukup higienis dan menarik, maka hal tersebut menjadi salah satu ketertarikan konsumen untuk membelinya. Oleh sebab itu, UMKM Kerupuk Ikan Lamora menetapkan biaya yang ditawarkan produsen sesuai dengan anggaran pelanggan, namun tetap mempertimbangkan biaya produksi. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik mengangkat penelitian mengenai “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Ikan Pada Umkm Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan”.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, dikutip pada penelitian oleh Akbar (2012) dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian notebook Toshiba di universitas Gunadarma Depok. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara variable independent yakni citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap variable dependen yakni keputusan pembelian. Berdasarkan uraian di atas, adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian pada pembelian kerupuk ikan UMKM Lamora Desa Socah.

KAJIAN TEORITIS

Harga

Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2012:410). Harga ialah jumlah nominal keseluruhan uang yang telah ditetapkan oleh perusahaan terhadap suatu imbalan jasa atau produk yang sedang diperdagangkan. Sederhananya, harga ialah alat nilai tukar yang dinyatakan dalam bentuk uang yang dipertukarkan konsumen guna memperoleh suatu produk atau jasa layanan yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

Kualitas Produk

Kualitas produk termasuk salah satu kunci utama produsen dalam menggunakan strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk ialah kondisi suatu barang atas penilaian serta kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditentukan (Handoko, 2002:23). Produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut telah memenuhi standar yang telah ditetapkan. Konsumen dapat mengetahui seorang penjual jika telah menghasilkan mutu apabila produk atau layanan yang diperdagangkan telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Jika suatu produk telah memenuhi standar kebutuhan yang diinginkan konsumen, maka pelanggan tersebut tidak akan ragu dalam melakukan keputusan pembelian bahkan bisa melakukan pembelian ulang di kemudian hari.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil final yang telah diputuskan konsumen ketika membeli sebuah barang atau jasa layanan (Lamb, 2008:23). Beberapa indikator yang dipergunakan konsumen sebagai bahan acuan mereka dalam melaksanakan keputusan pembelian, seperti kepercayaan pada sebuah produk, kerutinan dalam membeli, memberi rekomendasi pada orang lain, serta melangsungkan pembelian ulang di kemudian hari.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diteliti oleh peneliti, sedangkan sampel merupakan sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh suatu populasi. Kriteria populasi pada penelitian ini mencakup konsumen yang telah melangsungkan pembelian produk kerupuk ikan Lamora baik secara offline store maupun melalui online. Pengambilan sampel dilangsungkan melalui survei dengan teknik kuesioner yang dipublikasikan pada 40 orang responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* digunakan peneliti sebagai teknik pengumpulan sampel pada penelitian, teknik jenis ini dipakai apabila populasi memiliki anggota/unsur yang tidak homogen dan proporsional (Sugiyono, 2016:82).

Data dan Jenis Data

Data primer dan data sekunder merupakan sebuah metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Dimana peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada responden. Dalam pertanyaan kuesioner, skala likert digunakan peneliti guna mengukur setuju atau tidak setujunya jawaban responden terhadap beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Semua variabel yang diukur dalam *skala likert* akan diuraikan menjadi indikator variabel, selanjutnya indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Observasi (pengamatan), kuesioner (angket), interview (wawancara), hingga gabungan ketiganya merupakan beberapa metode yang kerap dipergunakan peneliti dalam proses pemerolehan data penelitian (Sugiyono (2017:194). Berdasarkan pernyataan berikut, pengumpulan data penelitian menggunakan metode kuesioner dengan menyebarkan angket kepada 40 responden. Berikut merupakan rentang jawaban responden dengan mendasarkan pada skala likert berjenjang dengan bobot nilai seperti berikut:

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Harga serta kualitas produk dalam penelitian ini tergolong variabel bebas, sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel terikatnya.

1. Menurut (Fure, 2013:276) harga (X_1) diukur oleh lima indikator, seperti: harga yang sesuai dengan manfaat, persepsi harga dan manfaat, harga barang terjangkau, persaingan harga, kesesuaian harga dengan kualitasnya (worth it).

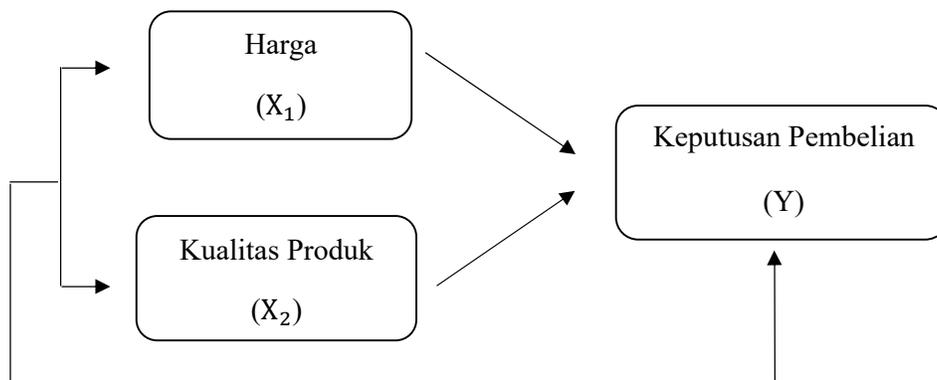
2. Kualitas produk (X_2) merupakan kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, baik dalam hal keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012:283).
3. Keputusan pembelian (Y) menurut (Harmani, 2008:41) keputusan pembelian diukur oleh tiga indikator, diantaranya keputusan terhadap produk yang berkualitas, keputusan terhadap harga yang diberikan, serta keputusan terhadap pelayanan yang diberikan.

Teknik Analisis Data

Beberapa teknik analisis data yang dipergunakan peneliti dalam mengolah hasil data meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda. Tidak hanya itu, pengujian hipotesis penelitian ini meliputi: uji sumultan (uji F), uji parsial (uji t), analisis determinasi berganda (R^2).

Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran yakni kerangka konseptual mengenai bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2017:60). Model kerangka berfikir yang dipergunakan peneliti yakni terdiri dari variabel bebas dan terikat, dimana variabel independen (bebas) yakni harga (X_1) serta kualitas produk (X_2), sedangkan variabel dependen (terikat) ialah keputusan pembelian (Y). untuk lebih jelasnya berikut merupakan gambaran kerangka berfikir yang digunakan:



Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa hipotesis diantaranya:

H₁ : Peneliti berasumsi bahwa variabel harga (X₁) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) (studi kasus pada konsumen kerupuk ikan Lamora).

H₂ : Peneliti berasumsi bahwa variabel kualitas produk (X₂) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) (studi kasus pada konsumen kerupuk ikan Lamora).

H₃ : Peneliti berasumsi bahwa variabel harga (X₁) dan kualitas produk (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan (parsial) terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen kerupuk ikan Lamora).

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen kerupuk ikan Lamora sebanyak 40 orang. Kuesioner sebagai instrumen penelitian diberikan secara langsung kepada konsumen. Kuesioner yang dikembalikan kemudian dianalisis sesuai batas minimal sampel. Adapun karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini sebagaimana tampak pada tabel di bawah ini:

Keterangan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	6	15%
	Perempuan	34	85%
Usia	15-20 Tahun	12	30%
	20-30 Tahun	16	40%
	30-40 Tahun	11	27,5%
	40-50 Tahun	1	2,5%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	18	45%
	Ibu Rumah Tangga	11	27,5%
	Pegawai (Swasta/Negeri)	11	27,5%
	Wirausaha	-	-

Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koef. Korelasi	Sig	Keterangan
Harga (X₁)	X1.1	0,617	0,000	Valid
	X1.2	0,539	0,000	Valid
	X1.3	0,636	0,000	Valid
	X1.4	0,425	0,006	Valid
	X1.5	0,761	0,000	Valid
Kualitas Produk (X₂)	X2.1	0,564	0,000	Valid
	X2.2	0,484	0,002	Valid
	X2.3	0,425	0,006	Valid
	X2.4	0,524	0,001	Valid
	X2.5	0,502	0,001	Valid
	X2.6	0,708	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,446	0,004	Valid
	Y.2	0,619	0,000	Valid
	Y.3	0,691	0,000	Valid
	Y.4	0,596	0,000	Valid
	Y.5	0,813	0,000	Valid

Sumber: Data
yang diolah, 2023

primer

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui semua nilai koefisien korelasi bernilai positif, serta semua nilai peluang < dari tingkat signifikan 5% (0,05). Dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur guna memperoleh data penelitian telah valid, yakni mempunyai derajat keabsahan yang memberikan kontribusi terhadap *total score*.

Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien		Keterangan
	Alpha Cronbach	Alpha	
Harga (X ₁)	0,875	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,875	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,875	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi Cronbach Alpha (α) pada seluruh variabel $>$ dari 0,60. Oleh karena itu, telah terbukti bahwa pertanyaan (alat ukur) telah reliabel, yakni cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85464137
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.093
	Negative	-.115
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Uji kolmogorov-smirnov dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat disimpulkan bahwa data yang dipergunakan peneliti telah berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga (X_1)	1,000	1,000	Non Multikolinieritas
Kualitas Produk (X_2)	1,000	1,000	Non Multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel tidak ada indikasi kolinieritas antar variabel yang artinya semua variabel independen yaitu harga dan kualitas produk memiliki nilai toleransi kolinieritas $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya antar variabel independen telah lolos dari uji multikolinieritas (tidak mempunyai korelasi yang erat dengan variabel independen lainnya).

3. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.824	6.305		.924	.362
X1	-.063	.261	-.039	-.242	.810
X2	-.095	.113	-.138	-.845	.403

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi variabel harga (X_1) adalah 0,810 dan nilai signifikansi dari kualitas produk (X_2) adalah 0,403 yang dimana semua variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan semua variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients		Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,465	9,310			0,480	0,634
	X1	-0,495	0,385	-0,146		-1,286	0,207
	X2	1,035	0,167	0,707		6,214	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,465 + - 0,495 X_1 + 1,035 X_2 + e.$$

Berdasarkan koefisien persamaan regresi linier berganda di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Konstanta (α) sebesar 4,465 memiliki arti jika harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya keputusan pembelian (Y) sebesar 4,465 satuan.
- Nilai koefisien harga (X_1) diperoleh sebesar -0,495 yang dimana memiliki pengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y). Jika variabel harga (X_1) bertambah 1 satuan, otomatis keputusan pembelian (Y) tentu akan berbanding terbalik/mengalami penurunan sejumlah 0,495 satuan dengan asumsi variabel lain tetap/konstan. sedangkan pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian tidak signifikan karena tingkat Sig. > alpha (0,207 > 0,05).
- Nilai koefisien kualitas produk (X_2) diperoleh sebesar 1,035 yang dimana memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y). Jika variabel kualitas produk (X_2) bertambah 1 satuan, otomatis keputusan pembelian (Y) tentu mengalami peningkatan sejumlah 1,035 satuan dengan asumsi variabel lain tetap/konstan, sedangkan pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian ialah signifikan karena tingkat Sig. < dari alpha (0,000 < 0,05).

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	346.090	2	173.045	20.146	.000 ^b
	Residual	317.810	37	8.589		
	Total	663.900	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel uji simultan di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig. sebesar $0,000 <$ nilai alpha $0,05$ maka variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, sedangkan nilai $F_{Hitung} 20,146 > F_{Tabel} 3,24$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji Parsial (Uji t)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	0,480	0,634
	X1	-1,286	0,207
	X2	6,214	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan koefisien hasil uji parsial (t) di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel harga (X_1) $t_{hitung} = -1,286 < t_{tabel} 1,687$ dan signifikansi p-value sebesar $0,207 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima atau harga (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Variabel kualitas produk (X_2) $t_{hitung} = 6,214 > t_{tabel} 1,687$ dan signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,722	0,521	0,495	2,931

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji coba di atas, diperoleh nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,495 yang artinya pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 49,5% sehingga berada pada kategori moderat karena lebih dari 0,33 (menurut Chin, 1998).

PEMBAHASAN

Pengaruh *Harga* Terhadap Keputusan Pembelian

Berlandaskan hasil uji data yang telah dilakukan sebelumnya mengidentifikasi bahwa bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). pernyataan tersebut dibuktikan dengan perolehan nilai Sig. pada variabel harga (X_1) $> 0,05$ ($0,207 > 0,05$) serta perolehan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,286 < 1,687$). Dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada kerupuk ikan UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan.

Pengaruh *Kualitas Produk* Terhadap Keputusan Pembelian

Berlandaskan hasil uji data yang telah dilakukan sebelumnya mengidentifikasi bahwa bahwa variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pernyataan tersebut diperkuat dengan perolehan nilai Sig. pada variabel kualitas produk (X_2) $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) serta perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,214 > 1,687$). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada kerupuk ikan UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan.

Pengaruh *Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*

Berlandaskan hasil uji data serempak yang dilaksanakan kedua variabel independen terhadap variabel dependen diperoleh hasil nilai $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ ($20,146 > 3,24$) serta nilai $Sig. < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Perolehan data tersebut mengidentifikasi bahwasannya menerima H_a dan menolak H_0 , oleh karena itu secara simultan pengujian serempak terhadap variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada kerupuk ikan UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian maupun pembahasan analisa data di atas, diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk ikan di UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan. Secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk ikan di UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan. Faktor kualitas produk kerupuk Lamora ini meliputi, keandalan dalam daya tahan, daya karakteristik kualitas dari makanan yang diterima konsumen seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, serta rasa. Secara simultan gabungan kedua variabel meliputi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk ikan di UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bangkalan

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, Adam. (2012). “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Jurnal*. Universitas Gunadarma.
- Ghozali, I. (2016). “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23, (Edisi 8)”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kiswanto., Ratna, Pudyarningsih., & Nurul, Akramiah. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi (EMA)*, 4(1), 14-22.
- Kotler, P and Armstrong, G. (2012). Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2012). “Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan dan Pengendalian”. PT Prenhallindo: Jakarta.
- Lamb Charles. (2008). “Pemasaran (Edisi Pertama)”. Salemba Empat: Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2000. Buku Latihan SPSS, Statistik Non-Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. (2011). “Metode Penelitian Bisnis”. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Rissa M. & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1171-1184.
- Siprianus Daya, Johan & Tina Rosa. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Sandals Dari PT. Razer Brothers. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 86-98.
- Sugiyono. (2017). “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung: CV Alfabeta.