

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG KEMASAN BIMOLI DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

**Ayu Sulistyowati**

Dosen Pembimbing Maheni Ika Sari,SE,MM. Akhmad Fahrur Rozi,SE,MM

Fakultas Ekonomi Program, Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember dan Alamat Email : [ayutariyani256@gmail.com](mailto:ayutariyani256@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Produksi minyak kelapa goreng sawit di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 5,5 juta ton per tahunnya. Penulis memfokuskan penelitian ini pada Minyak Goreng Bimoli karena Minyak Goreng Bimoli merupakan produk yang paling unggul dan mampu menghadapi persaingan dengan produk dari perusahaan lainnya. Terlihat dari Top Brand Index 2017 fase 1 kategori minyak goreng. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas dan harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Minyak Goreng kemasan Bimoli pada konsumen di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah diduga adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas dan harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi  $Y = 0,037 + 0,303X_1 + 0,418X_2$  di peroleh juga nilai R squer sebesar 0,396 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas dan harga sebesar 39,6%. Sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar faktor yang di teliti. berdasarkan pengujian secara simultan (uji F) di peroleh Fhitung 32,079 > Ftabel 3,9381 maka Ho di tolak dan Ha diterima, yang artinya variabel kualitas dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diperoleh nilai thitung variabel kualitas sebesar 4,978 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,6606 dan untuk variabel harga di peroleh nilai thitung sebesar 3,285 lebih kecil dari nilai ttabel sebesar 1,6606 maka Ho diterima dan Ha di tolak,

artinya pada variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*Production of palm frying palm oil in Indonesia has increased by 5.5 million tons per year. The author focuses this research on Bimoli Cooking Oil because Bimoli Cooking Oil is the most superior product and is able to face competition with products from other companies. Seen from the Top Brand Index 2017 phase 1 category of cooking oil. The purpose of this study was to find out how much influence the quality and price simultaneously and partially on the purchase decision of Bimoli packaging cooking oil for consumers in Summersari District, Jember Regency. So that the hypothesis of this study is alleged to have a significant effect between quality and price simultaneously and partially on consumer purchasing decisions. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 100 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The results showed the regression equation  $Y = 0.037 + 0.303X_1 + 0.418X_2$  obtained also the value of R squares of 0.396 showed that purchasing decisions were influenced by quality and price of 39.6%. While the remaining 60.4% is influenced by other factors beyond the factors examined. based on simultaneous testing (F test) obtained  $F_{count} 32.079 > F_{table} 3.9381$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that the quality and price variables together have a significant effect on purchasing decisions. Based on the partial test (t test) obtained the value of  $t_{count}$  variable quality of 4.978 is greater than the  $t_{table}$  value of 1.6606 and for the price variable obtained by  $t_{count}$  of 3.285 is smaller than the  $t_{table}$  value of 1.6606 then  $H_0$  is accepted and  $H_a$  is rejected, meaning the price variable partially has a significant influence on the purchase decision of Bimoli Packaging Cooking Oil in Summersari District, Jember Regency.*

**Keywords :** Product Quality, Price, and Purchasing decision

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi sekarang ini dimana banyak tercipta produk-produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik berupa barang maupun jasa. Kebutuhan manusia memang tidak terbatas, namun alat pemuas kebutuhan manusia tersebut yang terbatas. Lingkungan bisnis berubah secara cepat dalam setiap bisnis. Oleh karena itu, di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercipta suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera, maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan bagi pelanggan.

Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas bagus dan terpercaya, kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk, selain itu merupakan salah satu alat pemasaran yang penting. Selain kualitas hal yang perlu

diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing adalah kebijakan penetapan harga. Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat (Kotler (2005:49). kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan konsumen produk tersebut. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Tjiptono (2008:104) mengungkapkan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Salah satu atribut produk yaitu kebijakan penetapan harga, dimana harga menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Persepsi Harga juga merupakan

salah satu faktor utama yang menentukan konsumen dalam membeli dan memilih produk karena harga berkaitan dengan besarnya pendapatan konsumen yang dikorbankan untuk memutuskan membeli produk jika harga tinggi, konsumen semakin berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut, tetapi jika harga dari suatu produk semakin rendah, konsumen akan tanpa berpikir panjang dan tidak memerlukan pertimbangan lebih guna menekan biaya pengeluaran yang sama halnya dengan pendapat (Tjiptono, 1997 : 19) bahwa agar tujuan tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Apabila perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.

Keputusan pembelian menurut Belch and Belch (2009: 113) dinyatakan sebagai "*The customer purchase decision is generally viewed as consisting stages through which the buyer passes in purchasing a product or service*". Yang berarti keputusan pembelian dari pelanggan secara umum dilihat sebagai proses yang terdiri dari tahapan-tahapan yang dilewati konsumen dalam membeli sebuah produk atau jasa. Kotler & Keller (2012: 188-194) mengemukakan bahwa konsumen melewati lima tahap dalam proses pembelian sebuah produk, yaitu: Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembeli,

dan tahap pasca pembelian. Dalam melakukan suatu keputusan pembelian, konsumen harus mempertimbangkan antara kualitas produk dan harga agar sesuai dengan pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Dimana sering terjadi apabila kualitas produk yang diberikan bagus tentu dengan ditetapkan harga yang tinggi, begitu sebaliknya apabila kualitas produk yang diberikan rendah maka akan diberikan harga yang murah.

Salah satu perusahaan yang memiliki kemungkinan besar untuk mendapatkan konsumen setia adalah perusahaan minyak goreng. Hal ini dikarenakan minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dapat dikatakan pula bahwa minyak goreng adalah komoditas yang sangat strategis, karena kelangkaan minyak goreng dapat menimbulkan dampak ekonomis dan politis yang cukup berarti bagi perekonomian nasional. Hal ini didasarkan pada pengalaman selama ini yang menunjukkan bahwa kelangkaan minyak goreng ikut menyebabkan timbulnya dampak ekonomis yang cukup berarti bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, minyak goreng dikategorikan sebagai komoditas yang cukup strategis. Selain strategis, minyak goreng juga merupakan komoditas yang bersifat multiguna karena minyak goreng termasuk komoditas pangan yang dapat dikonsumsi langsung atau menjadi bahan baku bagi banyak industri,

seperti industri makanan (snack), kerupuk, mie instan dan industri lainnya (Sumaryanto dan Marcellus (1996) dalam Supriyana (2006:20)). meningkatkan konsumsi produk-produk dengan bahan baku minyak sawit seperti produk makanan dan kosmetik.

Indonesia masuk ke dalam jajaran negara yang memiliki penduduk terpadat di dunia ternyata memiliki tingkat konsumsi yang relatif tinggi akan kebutuhan minyak goreng sawit. Hal ini terindikasi dari rata-rata konsumsi minyak goreng sawit di Indonesia setiap tahunnya dapat mencapai 5,5 juta ton, atau 24 persen dari total produksi minyak goreng sawit per tahun sebesar 23 juta ton. Fenomena peningkatan konsumsi ini terjadi seiring dengan adanya peralih konsumen penggunaan lemak-trans ke alternatif yang lebih sehat. Minyak sawit sering digunakan sebagai pengganti lemak-trans karena merupakan salah satu lemak nabati sangat jenuh yang berbentuk semi-padat pada suhu kamar, dan relatif murah. Dengan semakin tingginya permintaan minyak goreng sawit telah menstimulasi pertumbuhan yang signifikan pada industri pengolahan minyak goreng sawit di Indonesia.

Produksi minyak sawit dunia didominasi oleh Indonesia dan Malaysia. Kedua negara ini secara total menghasilkan sekitar 85-90% dari total produksi minyak sawit dunia. Indonesia adalah produsen dan eksportir minyak sawit yang terbesar. Dalam jangka panjang, permintaan dunia akan minyak sawit menunjukkan kecenderungan meningkat sejalan dengan jumlah populasi dunia yang bertumbuh dan karenanya

### Produksi Minyak Kelapa Sawit 2016

No	Negara	Produksi (Ton Metrik)
1	Indonesia	36,000,000
2	Malaysia	21,000,000
3	Thailand	2,200,000
4	Kolumbia	1,320,000
5	Nigeria	970,000
<b>6</b>	<b>Dunia</b>	<b>58,800,000</b>

### Produksi Minyak Kelapa Sawit

Sampai saat ini, telah banyak merek minyak goreng sawit yang muncul dengan skala distribusi lokal maupun nasional. Jika sebelumnya masyarakat hanya mengenal merek minyak goreng Bimoli, Barco, dan Filma, sekarang banyak bermunculan merek-merek baru seperti Tropical, Sania, Sanco, Hemat, Happy Oil, Sunrise dan lainnya. Menurut SWA (2007), saat ini tercatat lebih dari 30 merek yang beredar di pasaran. Adapun lima pemain besar dalam industri minyak goreng sawit kemasan bermerek, yaitu Bimoli, Filma, Sania, Tropical dan Kunci Mas.

### Top Brand Awards Minyak Goreng Kemasan Bermerek

No	Merek	TBI	TOP
1	Bimoli	43,7%	TOP
2	Tropikal	15,4%	TOP
3	Sania	12,3%	TOP
4	Filma	12,0%	
5	Sunco	5,1%	
6	Fortune	3,1%	
7	Kunci Mas	2,9%	

#### Top Brand awards Minyak Goreng Kemasan Bermerek

Penulis memfokuskan penelitian ini pada Minyak Goreng Bimoli karena Minyak Goreng Bimoli merupakan produk turunan dari PT Intiboga Sejahtera. yang paling unggul dan mampu menghadapi persaingan dengan produk dari perusahaan Sania, Filma, Kunci Mas dan lain-lain. Terlihat dari Top Brand Index 2017 fase 1 kategori minyak goreng.

Bimoli yang sudah ada sejak lama dan menjadi *market leader* untuk minyak goreng kemasan membuat Bimoli menjadi kompetitor yang berat dalam produk minyak goreng dan sukses memimpin pasar selama tiga dasawarsa. Kesetiaan konsumen terhadap Bimoli menjadikan Top of mind dibenak konsumen. Bimoli merupakan minyak goreng *branded* pertama di Indonesia. Untuk mempertahankan imoli sebagai *market leader* dibangun dengan mengedepankan kualitas produk.

Selain itu, Bimoli juga melakukan inovasi agar tidak terkesan *oldies*, tetapi lebih modern dan premium. Bimoli memiliki instalasi pabrik berteknologi canggih modern dan higienis. Dari perkebunan sawit yang luas, bahan-bahan alami diolah menjadi minyak goreng berkualitas. Kemudian melalui jaringan distribusi yang luas dan efisien, Bimoli disalurkan melalui berbagai pasar, toserba, hiper-market hingga akhirnya tiba di dapur dan meja konsumen. Selama lebih dari satu dekade, Bimoli terus menjadi pilihan utama (Etriya, 2004).

Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng kemasan Bimoli ini dilakukan pada konsumen yang memakai minyak goreng kemasan Bimoli di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Menurut peneliti Kecamatan Sumpalsari merupakan Kecamatan yang memiliki wilayah paling luas di Kota Jember, dengan meliputi 7 Kelurahan, daerah dengan banyaknya perkampungan dan juga banyak penjual makanan yang membutuhkan minyak goreng seperti gorengan dan jajanan sejenisnya, selain itu di Kecamatan ini terdapat banyak toko sembako, minimarket dan juga perumahan. Dimana banyak Ibu rumah tangga yang menjadi target pemasaran produk minyak goreng Bimoli tersebut. Hal ini juga memudahkan peneliti dalam mencari responden. Jumlah penduduk di Kecamatan Sumpalsari sendiri hingga tahun 2010 adalah 126,279 jiwa (BPS,2010), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.3.

<b>Jumlah Penduduk Kabupaten Jember Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010 Menurut Kecamatan</b>				
<b>No.</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Kencong	32 015	33 158	65 173
2	Gumuk Mas	38 892	40 332	79 224
3	Puger	56 820	57 686	114 506
4	Wuluhan	57 564	57 131	114 695
5	Ambulu	52 506	52 597	105 103
6	Tempurejo	35 340	35 323	70 663
7	Silo	51 147	52 703	103 850
8	Mayang	23 600	24 762	48 362
9	Mumbulsari	30 540	31 799	62 339
10	Jenggawah	40 001	41 317	81 318
11	Ajung	36 994	37 422	74 416
12	Rambipuji	38 598	40 336	78 934
13	Balung	38 056	38 949	77 005
14	Umbulsari	34 397	35 142	69 539
15	Semboro	21 422	22 053	43 475
16	Jombang	24 511	25 492	50 003
17	Sumber Baru	48 421	50 995	99 416
18	Tanggul	40 459	42 301	82 760

Tabel Jumlah Penduduk (“sambungan”)

19	Bangsalsari	55 296	58 609	113 905
20	Panti	29 055	30 344	59 399
21	Sukorambi	18 587	19 363	37 950

22	Arjasa	18 567	19 488	38 055
23	Pakusari	20 287	21 426	41 713
24	Kalisat	36 630	38 332	74 962
25	Ledokombo	30 621	31 907	62 528
26	Sumberjambe	29 430	30 696	60 126
27	Sukowono	28 567	30 167	58 734
28	Jelbuk	15 483	16 479	31 962
29	Kaliwates	54 391	57 470	111 861
30	Sumpersari	61 975	64 304	126 279
31	Patrang	46 684	47 787	94 471
<b>JUMLAH</b>		<b>1 146 856</b>	<b>1 185 870</b>	<b>2 332 726</b>

Jumlah Penduduk Kabupaten Jember

Data penjualan dari minyak goreng kemasan Bimoli yang ada di Kabupaten Jember mengalami perubahan jumlah penjualan di setiap bulannya. Jumlah penjualan yang di ambil mulai dari Bulan Januari-Juli Tahun 2018 di hitung per kemasan mulai dari kemasan ½ liter, 1 liter, 2 liter, dan 5 liter. Namun seiring dengan berkembangnya para pesaing, dari data penjualan minyak goreng kemasan Bimoli pada Bulan Januari, Maret, April, dan Mei 2018 menunjukkan gejala peningkatan/kenaikan penjualan walaupun terdapat penurunan pada Bulan Februari, Juni, dan Juli 2018. Berikut adalah data penjualan minyak goreng kemasan Bimoli di Kabupaten Jember.

**Data Penjualan Minyak Goreng Bimoli di Jember Tahun 2018**

No	Bulan	Penjualan (pcs)
1	Januari	389.336
2	Februari	71.146
3	Maret	87.370
4	April	93.488
5	Mei	524.686
6	Juni	375.660
7	Juli	247.035

Data Penjualan Minyak Goreng Bimoli di Jember Tahun 2018

Dari tabel diatas terlihat data penjualan minyak goreng kemasan Bimoli di Kabupaten Jember secara umum mengalami gejala naik dan turun dari jumlah data penjualannya. Kenaikan terjadi penjualan pada bulan Januari (389.336 pcs), Maret (87.370 pcs), April (93.488 pcs), dan Mei (524.686 pcs). Sedangkan penurunan tersebut terjadi penjualan minyak pada bulan Februari (71.146 pcs), juni (375.660 pcs), dan Juli (247.035 pcs). Perubahan penjualan yang terjadi setiap bulannya dikarenakan kebutuhan manusia akan minyak goreng berbeda-beda.

Karena selama ini hampir semua jenis makanan membutuhkan minyak goreng, tetapi banyak merek minyak goreng yang memiliki lemak jenuh yang berbahaya bagi tubuh. Sebagian besar minyak goreng yang mempunyai kualitas tinggi juga mempunyai harga yang tinggi. Oleh

karena itu dalam penelitian ini ingin dibuktikan sebenarnya bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan bimoli, serta variabel manakah (antara kualitas produk dan harga) yang mempunyai pengaruh lebih tinggi terhadap keputusan pembelian. Dan diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani (2017) dimana kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan serta penelitian terdahulu oleh Fitriani (2017) menyatakan bahwa kualitas produk dan harga pada kosmetik Wardah yang dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo cenderung berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan hasil (1) secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka rumusan yang dapat ditampilkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan Bimoli di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan Bimoli.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan penulis adalah :

1. Bagi keilmuan

Pengkajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang industri minyak goreng dan margarine serta memberikan sumbangan pemikiran bagi yang akan melakukan penelitian lebih jauh. Juga sebagai bahan bacaan yang diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan bagi yang membaca.

2. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bekal agar dapat menerapkan kombinasi yang tepat antara keadaan teori dengan keadaan yang sebenarnya, khususnya pada bidang yang diteliti.

3. Bagi perusahaan

Hasil pengkajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi PT Salim Ivomas Pratama Tbk agar para pelanggannya bisa ikut mengetahui makna-makna yang ingin di sampaikan lewat

kualitas produk dan harga yang bisa mengarah kepada meningkatnya loyalitas pelanggan.

## METODE PENELITIAN

### 2.1 Identifikasi Variabel

Sugiyono (2012: 59) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga variabel independen (X), keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

#### 2.1.1 Variabel Independen/bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, ataupun *antecedent* (penyebab). Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2012: 60). Variabel independen/bebas dalam penelitian ini meliputi: kualitas produk dan harga.

1. Kualitas Produk (X2) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk minyak goreng kemasan Bimoli yang berpengaruh pada kemampuan suatu produk untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
2. Harga (X1) Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen guna memperoleh produk minyak goreng kemasan Bimoli.

#### 2.1.2 Variabel dependen/terikat

Variabel dependen/terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 60). Variabel dependen/terikat (Y) pada penelitian ini adalah keputusan pembelian, yaitu suatu proses keputusan membeli produk minyak goreng kemasan Bimoli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli produk minyak goreng kemasan Bimoli.

## 2.2 Definisi Operasional Variabel

### 2.2.1 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk minyak goreng kemasan Bimoli atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan..

### 2.2.2 Harga

Harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan dari minyak goreng kemasan Bimoli.

### 2.2.3 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk minyak goreng kemasan Bimoli yang ditawarkan perusahaan, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

## 2.3 Desain Penelitian

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian ekplanatori dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara dua variabel

bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro, 2009:12).

Menurut Neolaka (2014:28) penelitian kausal bertujuan untuk meneliti kemungkinan hubungan sebab akibat dengan cara berdasarkan atas pengamatan terhadap akibat yang ada mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu.

Dari penjelasan dalam pendahuluan, secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan Bimoli. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang akan menjelaskan hubungan kausal antara kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

#### **2.4 Jenis Data**

Data adalah keterangan mengenai sesuatu, bentuknya berupa angka-angka bilangan, kalimat, kata, uraian, laporan. Himpunan ukuran, skor, nilai dari berbagai variabel tertentu, sebagai hasil observasi atau pengukuran bersangkutan dengan suatu himpunan individu (Neolaka, 2014 : 8).

##### **2.4.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah

responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koisioner disebarkan melalui internet (Uma Sekaran, 2011).

##### **2.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011).

#### **2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **2.5.1 Populasi**

Menurut Nasution (2007), populasi merupakan semua unit yang menjadi objek penelitian. Suatu populasi harus memiliki karakteristik tertentu yang sama dan jelas. Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian minyak goreng kemasan bermerek di wilayah Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Jumlah keseluruhan penduduk Kecamatan Sumbersari adalah 126,279 jiwa. Di dalam Kecamatan Sumbersari terdapat 7 Kelurahan, yaitu Kelurahan Karangrejo, Wirolegi, Kranjangan, Kebonsari, Tegalgede, Sumbersari, dan Antirogo.

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk
1	Kranjingan	14.123
2	Wirolegi	12.366
3	Karangrejo	16.281
4	Sumbersari	35.456
5	Kebonsari	28.447
6	Tegalgede	9.265
7	Antirogo	10.341
Jumlah		126.279

Jumlah Penduduk Kecamatan Summersari berdasarkan

### 2.5.2 Sampel

Karena jumlah populasi yang akan diteliti cukup besar, maka akan diambil beberapa sampel dalam setiap komponen yang nantinya diharapkan dapat memberikan informasi secara lebih efektif dan efisien. Menurut Nasution (2007), sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi penduduk Kelurahan Karangrejo, akan digunakan rumus Slovin. Berikut ini adalah perhitungan jumlah sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = Batas toleransi eror 10% (persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan)

$n = 126.279 / (1 + 126.279 * (0.1)^2) = 99,92$  dibulatkan menjadi 100 orang.

Dengan demikian, jumlah sampel untuk mewakili populasi adalah minimal 100 konsumen pengguna minyak goreng kemasan Bimoli di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember,

### 2.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam menentukan dan mengambil sampel pada populasi, dibutuhkan suatu teknik-teknik tertentu. Pada penelitian ini, teknik sampling yang akan digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dari berbagai jenis teknik *non probability sampling* peneliti menggunakan jenis teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:67), *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu

yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungkan disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

## 2.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri khusus bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Kalau wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2012).

### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012).

### 3. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar. Kuisioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2012)

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuisioner dengan skala Likert (*interval*), dimana isinya adalah serangkaian pernyataan yang dirumuskan sesuai dengan variabel yang sedang diteliti. Cara pengisian kuisioner adalah responden diminta untuk memberi pendapat tentang serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan obyek yang sedang diteliti dalam bentuk nilai mulai dari angka 1 sampai 10.

## 2.7 Teknik Analisis Data

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Uji validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total (Sugiyono, 2012). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah:

a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.

b. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

Tingkat validitas data dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlation item total correlation*) dengan nilai  $r$  tabel ( $n-2$ ) dengan bantuan untuk derajat kebebasan ( $df$ )= $n-k$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel yang digunakan dan  $k$  adalah jumlah variabel independennya, jadi  $df$  yang digunakan adalah  $100-2=98$  dengan alpha sebesar 5 % maka menghasilkan nilai  $r$  tabel 0,1966. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

### Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *croanbach alpha* (a). Suatu variabel dikatakan valid jika memberikan nilai  $a > 0,60$  (Umar 2002;113). Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel berikut:

Variabel	Alpha	Standar	Keterangan
----------	-------	---------	------------

	Hitung	Alpha	
Kualitas Produk (X1)	0,764	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,854	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,835	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup atau memenuhi kriteria, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Ghozali, 2013:96). Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi pernyataan samusi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini adalah dianggap baik. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linear berganda dengan program IBM SPSS versi 16.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel	Koefisien regresi	Koefisien regresi	Standart error
Konstanta	0,037	0,037	2,812
Kualitas Produk	0,303	0,303	0,061

Harga	0,418	0,418	0,127
-------	-------	-------	-------

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y=0,037+0,303X1+0,418X2$$

Keterangan: X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

Y = Keputusan Pembelian

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 0,037, menunjukkan bahwa pada saat produk, harga, promosi dan promosi konstan, maka nilai keputusan pembelian sebesar 0,037.
- $B_1 = 0,303$  pada kualitas produk, menunjukkan bahwa setiap kenaikan produk sebesar satu-satuan, maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,303 satuan dengan asumsi harga, promosi dan lokasi konstan.
- $B_2 = 0,418$  pada harga, menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga sebesar satu-satuan, maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,418 satuan dengan asumsi produk, promosi dan lokasi tetap konstan.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 <sup>a</sup>	.398	.386	4.61971

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

### Hasil Model Summary

Dari tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,396 menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi kualitas (X1) dan harga (X2), sebesar 39,6%, sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas (X1), dan harga (X2). Sedangkan hubungan harga dan kualitas produk secara bersama terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,631.

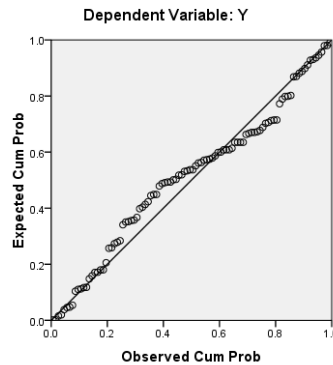
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variable terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut Ghazali (2013), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data

normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2013).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Setelah dilakukan pengujian ternyata semua data terdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF berada dikisaran 1 serta tidak lebih dari 10.

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Kualitas Produk (X1)	0,789	1,268
Harga (X2)	0,789	1,268

### Hasil Uji Multikolinearitas

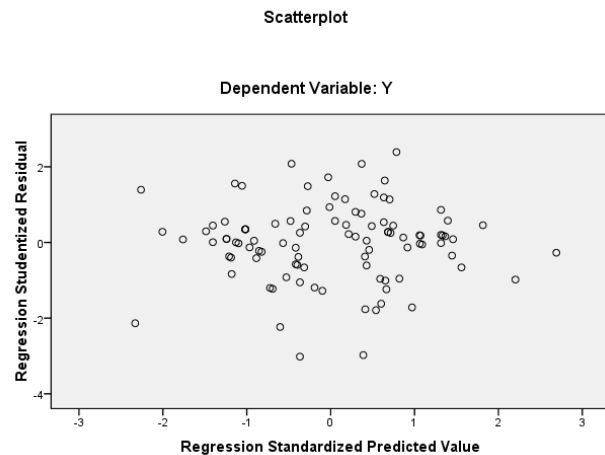
Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas dari 10 % yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel bebas yang nilainya dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heterokedasitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (  $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$  ) yang telah di-standardized (Ghozali,



2013). apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dbawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini dapat di simpulkan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas pada model regresi (Prayitno;2010).



Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang di buat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

## 2.8 Pembahasan Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial dan simultan, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik kualitas produk dan harga, maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya, penjelasan dari masing-maing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat (Kotler (2005:49). Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Harga merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan. Persepsi Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan konsumen dalam membeli dan memilih produk karena harga berkaitan dengan besarnya pendapatan konsumen yang dikorbankan untuk memutuskan membeli produk tersebut.

## Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variable independen, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian (Y).

Uji T					
Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	T Hitung	T Table	Keterangan
Kualitas Produk	0,000	0,05	4,978	1.6606	Signifikan
Harga	0,001	0,05	3,285	1.6606	Signifikan

Hasil Uji t

Dari tabel di atas diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- Hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil 0,05 dan t hitung (4,978) > t tabel (1.6606) yang berarti bahwa hipotesis diterima, artinya produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di terima. Hal ini juga menunjukkan bahwa produk mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik produk akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian.

Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,285) > t tabel (1.6606) yang berarti

bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di terima. hal ini juga menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian.

### Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik Fhitung dengan nilai statistik Ftabel dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Nilai Ftabel didapatkan dari  $df_2 = n - k$  (100-2) sama dengan 98. Dimana n adalah jumlah sampel dan k didapatkan dari  $df_1 = k - 1$  (2 - 1). Jadi untuk melihat Ftabel caranya dengan melihat tabel F baris ke 98 yaitu 3,9381.

No	Kriteria		Keterangan
1	F hitung (32,079)	F tabel (3,9381)	Signifikan
2	Nilai Signifikan (0,000)	Taraf signifikan (0,05)	Signifikan

Hasil Uji F

Berdasar tabel di atas dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (32,079 > 3,9381) maka kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tingkat signifikan 5%,

dalam hal ini  $H_0$  ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya ( $H_0$  diterima).

## 2.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kriteria	Koefisien
R	0,631
<i>R Square</i>	0,398
<i>Adjusted R Square</i>	0,386

Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil perhitungan regresi pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,631 (63,1%). Besarnya nilai tersebut menunjukkan besarnya proporsi atau persentase pengaruh yang dapat di jelaskan variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap besarnya variabel terikat, di mana variabel terikat adalah keputusan pembelian. Sedangkan sisa besarnya ( $100\% - 63,1\%$ ) = 36,9% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak teliti dalam penelitian.

## 2.10 Pembahasan

Secara nyata berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara statistik kedua hipotesis yang diajukan mendukung teori dan hipotesis yang diajukan. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing- masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

### 2.10.1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan harga yang dimiliki minyak goreng kemasan Bimoli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana kualitas produk yang baik dan bagus memiliki harga yang tidak murah tetapi terjangkau, semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian, dan konsumen akan yakin untuk melakukan pembelian ulang apabila kualitas produk dan harga minyak goreng Bimoli tetap konsisten dan stabil.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat (Kotler (2005:49). Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Menurut Basu Swastha & Irawan (2005) : Harga merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan. Persepsi Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan konsumen dalam membeli dan memilih produk karena harga berkaitan dengan besarnya pendapatan konsumen yang dikorbankan untuk memutuskan membeli produk tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nurdiansyah (2017) dan Fitriani (2017), menyatakan bahwa Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada sampel penelitian, kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin bagus kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin terjangkau harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran dapat diberikan kepada perusahaan Minyak Goreng Bimoli adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya tentang perilaku konsumen dan pemasaran.
2. Dapat dijadikan masukan bagi Pihak Perusahaan Bimoli diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengambil langkah strategi pemasarannya terutama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusannya membeli minyak goreng kemasan Bimoli.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian selanjutnya di Prodi Manajemen dan Fakultas Ekonomi, sebagai acuan dan referensi bagi kalangan akademisi, khususnya yang akan melakukan kajian bidang manajemen pemasaran.
4. Variabel kualitas produk dan harga yang telah diteliti semuanya berpengaruh positif terhadap perusahaan. Hendaknya perusahaan mempertahankan atau di tingkatkan agar supaya penjualan perusahaan lebih meningkat lagi.

Selain itu harus ada pengembangan variabel dikarenakan hasil dari uji koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* hanya 63,1%. Hal ini menunjukkan masih ada variabel-variabel lain sebesar 36,9%, yang harus di perhatikan dan di harapkan perlu adanya penambahan variabel-variabel lainnya yang lebih spesifik lagi yang dapat mempengaruhi

keputusan pembelian karena masih banyak variabel lain diluar dari penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, citra merek dan lain-lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amos Neolaka (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Anugrah Janwar Tunis dan Sopa Martina. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di The Secret Factory Outlet*. Jurnal Fokus, Vol.III, Universitas BSI Bandung.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Beritatagar merawat indonesia*. publikasi Statistik Kelapa Sawit Indonesia 2016, BPS. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/luas-areal-perkebunan-kelapa-sawit-di-indonesia-1999-2016-1516341991>.
- Ester, Berlian. 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran PT. Indofood Terhadap Loyalitas Konsumen Minyak Goreng Bermerek Bimoli (Suatu Kasus Pada Konsumen Bimoli Di LotteMart Whosale Pasar Rebo)*. Unpad: Bandung. <http://pustaka.unpad.ac.id/>
- Etriya, Sumarwan.Ujang, Kirbandro. 2004. *Analisis Ekuitas Berbagai Merek Minyak Goreng. Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 2*. FP IPB: Bogor.
- Fitriani, Eni, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo*, Skripsi, Universitas Halu Oleo Kendari.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harini. 2008. *Penetapan Harga ,Makro Ekonomi Pengantar*, Pt Gramedia.
- Hurahura. (2010, 2 November). *Asal Usul Minyak Goreng. Majalah Arkeologi Indonesia* [Erabaru.net], Tersedia <https://hurahura.wordpress.com/2010/11/06/asal-usul-minyak-goreng/> . [6 November 2010]. .
- Kementrian Perindustrian. 2010. *Kinerja Industri Indonesia Tahun 2010*, [online], ([http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs\\_tahun.php?tahun=2010](http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs_tahun.php?tahun=2010)), diakses tanggal 1 Januari 2013).

- Kontributor Wikipedia. "*Minyak Masakan.*", Wikipedia, Ensiklopedia Bebas. Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, 28 Nov 2017. Web. 20 Nov 2017.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. **Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Salemba Empat. Jakarta.
- Mc Carthy dan Perreault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.
- My Note's DI 03.39. *Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli*. Universitas Gunadarma. Selas, 16 April 2013. <http://argen26.blogspot.com/2013/04/definisi-pemasaran-dan-komunikasi.html>.
- Nasution, Mustafa Edwin. (2007). *Proses penelitian kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Nurdiandyah, Dedi, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek ADIDAS di Bandar Lampung*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Prof. Dr. Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, R & D*, Buku, Cetakan Ke-19, Oktober 2013, Penerbit Alfabeta, CV. Bandung.
- Purwanto. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Robi Anggara dan Anggalia Wibasuri. 2012. *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Tipe Aspir 4752 Di Kelurahan Sepang Jaya Kecamatan Kedaton Bandar Lampung*. Jurnal Fokus, Vol 10, September 2012.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Penerbit: Andi.Yogyakarta.
- Triyanto, Mulyandaru, 2015, *Metode Penelitian Menurut Sugiyono (2013)*, <http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html>
- Ummu Habibah dan Sumiati, 2016, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bangkalan Madura*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Hal

31-48, Vol 1, Nomor 1, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Vemale.com. "*Bimoli Minyak Goreng*". Tersedia

<https://www.vemale.com/keluarga/15996-bimoli-minyak-goreng.html> . [Kamis, 02 Agustus 2012 11:06].

Wayan Adi Virawan, 2013, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada*

*Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK)*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Zidane, Muhammad. 2015. *Pengaruh harga, kualitas, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian*. Penelitian Pemasaran. Kamis, 19 November 2015. <http://penelitianpemasaranfauzi.blogspot.com/>.

