

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA TEBU  
(Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok)**

**Oleh**

<sup>1)</sup>Lisa Amelisa, <sup>2)</sup>Sepris Yonaldi, <sup>3)</sup>Hesti, Mayasari  
<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ekonomi Unitas Padang  
<sup>1)</sup>[lisa@gmail.com](mailto:lisa@gmail.com), <sup>2)</sup>[seprisyonaldi@gmail.com](mailto:seprisyonaldi@gmail.com), <sup>3)</sup>[hestimayasari27@gmail.com](mailto:hestimayasari27@gmail.com)

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sehingga dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 100 responden, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan observasi, angket, keperpustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok didapatkan  $Y = 16.025 - 0,108 X_1 + 1,106 X_2 + e$ . Dari hasil uji t yang dilakukan didapatkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Dari hasil uji F terbukti bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.

Kata Kunci: Kualitas Produk Harga dan Keputusan Pembelian

**1. PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang Masalah**

Menurut Fachreze (2012), gula tebu merupakan kandungan energi dan nilai kalori yang tinggi dan dapat langsung dipakai, karena itu gula tebu diperlukan terutama sebagai sumber energi disamping bahan pemanis makanan. Di daerah alahan

panjang, gula terbagi dalam dua segmen, yaitu gula anau dan gula tebu. Meski produk gula anau sangat dikenal dibenak masyarakat atau konsumen, namun konsumen yang memilih gula tebu untuk dikonsumsi masih tergolong tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor,

diantaranya harga gula tebu lebih murah jika dibandingkan dengan gula anau.

Kualitas gula tebu didunia internasional masih sangat kurang, padahal produk gula tebu memiliki manfaat yang tidak kalah dibandingkan dengan tanaman lainnya. Masyarakat Indonesia sendiri pada umumnya belum mengenal gula tebu dengan baik. Tanaman tebu atau nama latin *sacharum officinarum* adalah pohon tanaman yang hidup di daerah tropika dan sub tropika yaitu di antara 39 garis lintang Utara dan yaitu di antara 35 garis lintang Selatan dengan suhu rata-rata 21c. Tebu dapat ditanam dari dataran rendah sampai pengunungan dengan ketinggian 1000 Meter di atas permukaan laut.

Salah satu pabrik yang dapat menghasilkan gula tebu satu kali dalam satu minggu yaitu pabrik industri gula tebu di daerah alahan panjang Kabupaten Solok, dalam satu minggu gula tebu dapat dihasilkan sebanyak 100-200 Kg sedangkan dalam sebulan petani gula tebu dapat menghasilkan 400-800 Kg gula tebu. Setiap pemanenan hanya dapat dilakukan ketika tebu berukuran 10 Meter. Agar tebu tersebut banyak mengandung air setelah ukurannya mencapai 10 Meter ke atas, baru dilakukan pemanenan oleh petani tebu.

Kualitas produk dan harga sangat mempengaruhi berhasil tidaknya suatu proses pemasaran. Produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen maka akan lebih mudah lengket dibenak konsumen dibandingkan produk-produk baru yang masih awam bagi masyarakat dan jarang dikonsumsi. Hal lain yang mempengaruhi kualitas produk adalah nilai produk dimata masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan. Produk yang dibutuhkan masyarakat, tanpa proses yang maksimal akan tetap mendapat “nilai” masyarakat, terlebih jika masyarakat telah mengenal kualitas produk tersebut maka harga akan menyetarakan kualitas produk tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu” (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok).**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2.1 Produk (*product*)**

#### **2.1.1 Pengertian Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2013:22), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Menurut Faris dan Enlik, (2011), produk yang merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, konsumen sangat mempertimbangkan kualitasnya.

### **2.2 Kualitas Produk**

#### **2.2.1 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:285), kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasaran konsumen, perusahaan harus benar-benar apa yang dibutuhkan oleh konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan dan

kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya.

#### **2.2.2 Indikator Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2012:283), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk dapat digolongkan dalam beberapa dimensi meliputi:

- a. Kinerja (*performance*)
- b. Keistimewaan tambahan (*features*)
- c. Keandalan (*reliability*)
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
- e. Daya tahan (*durability*)
- f. Estetika (*asthetic*)

### **2.3 Harga (*price*)**

#### **2.3.1 Pengertian Harga**

Menurut Kotler dan Keller (2012:151), harga adalah faktor *positioning* kunci dan harus diputuskan dalam hubungannya dengan pangsa sasaran, bauran pilihan produk, jasa dan persaingan. Menurut Sumarni dan Soeprianto (2010:281), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan

sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

### **2.3.2 Indikator Harga**

Harga sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya. Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler dan Keller (2012:345) yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

## **2.4 Keputusan Pembelian**

### **2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Surmawan (2010:289), keputusan pembelian adalah tingat dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

### **2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2012:166), mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari

lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Konsumen dapat melewati atau membalik beberapa tahap.

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi *alternative*
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Metodologi Penelitian**

Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok yang jumlah tidak di ketahui.

#### **3.2.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2012:81), berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, di mana setiap unsur yang ada dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut maka didapat sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang sampel.

### 3.3 Teknik Analisis Data

#### 3.3.1 Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012), berpendapat bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain”. Oleh karena itu, data-data kuantitatif yang didapat dari angket yang dikumpulkan, diolah, disederhanakan, disajikan dan dianalisa secara deskriptif melalui tabel frekuensi dan grafik agar dapat mudah dimengerti. Analisis ini menggunakan rumus.

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5.SS) + (4.S) + (3.N) + (2.TS) + (1.STS)}{SS + S + N + TS + STS}$$

Dimana:

SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
N = Netral  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

### 3.4 Uji Instrument

Untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya dan dilakukan dengan dua pengamatan yaitu:

#### 3.4.1 Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang diunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang berkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Untuk syarat minimum dianggap valid kalau  $r = 0,30$ . Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir tersebut dintayakan tidak valid.

#### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu angket dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2008:41).

### 3.4.3 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2012:267), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan, adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi  $X_1$

$b_2$  : Koefisien regresi  $X_2$

$X_1$  : Variabel bebas (Kualitas Produk)

$X_2$  : Variabel bebas (Harga)

e : *Standar Error*

## 3.5 Uji Hipotesis

### 3.5.1 Uji t

Menurut Sugiyono (2012:184), digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, baik variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut yang signifikan secara statistik. Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r : Koefisien regresi

n : Jumlah responden

### 3.5.2 Uji F

Menurut Sugiyono (2012:275), uji koefisien regresi simultan bertujuan untuk mengetahui apakah perumusan model sudah tepat atau fit. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F. hasil  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  maka model yang dirumuskan sudah tepat. Adapun untuk menghitung nilai F dengan rumus

$$F = \frac{R^2/k}{\frac{1 - R^2}{n} - k - 1}$$

sebagai berikut :

Keterangan:

F : Rasio

$R^2$  : Hasil perhitungan R dipangkatkan dua

k : Jumlah variabel bebas  
 n : Banyaknya sampel

$$R^2 = \frac{\sum Y^2}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien determinasi  
 $b_1$  = Kuadrat selisih nilai Y riil dengan nilai Y prediksi  
 $b_2$  = Kuadrat selisih nilai Y riil dengan nilai Y rata-rata

### 3.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$ . Rumus koefisien dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$b_1 \sum X_1 y + b_2 \sum X_2 y$$

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Analisis Regresi

#### 4.1.1 Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan uji regresi berganda yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.15 di bawah ini:

**Tabel. 4.1**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.025	3.835		4.178	.000
Kualitas_Produk	-.108	.068	-.120	-1.600	.113
Harga	1.106	.122	.683	9.081	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian  
 Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan program SPSS 20 for windows, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16.025 - 0,108 X_1 + 1,106 X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel

independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- 1) Nilai constanta adalah = 16,025 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel kualitas produk dan harga (nilai  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0) maka keputusan pembelian konsumen

Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok tetap sebesar 16,025 satuan.

- 2) Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah  $= - 0,108$  artinya jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) menurun sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel harga ( $X_2$ ) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok menurun sebesar 0,108 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi harga adalah  $= 1,106$  artinya jika variabel harga ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 (satuan)

dengan asumsi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok meningkat sebesar 1,106 satuan

## 4.2 Uji Hipotesis

### 4.2.1 Uji t

Menurut Sugiyono (2012:184), digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, baik variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut yang signifikan secara statistik. Berdasarkan uji t yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.16 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	16.025	3.835		4.178	.000
Kualitas_Produk	-.108	.068	-.120	-1.600	.113
Harga	1.106	.122	.683	9.081	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Hal ini terlihat dari signifikan  $0,113 > 0,05$  nilai  $t_{tabel} df = n - k = 100 - 3 = 97 (1,660)$  dan dapat juga dilihat pada nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} (-$

$1,600 < 1,660)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Hal ini terlihat dari signifikan  $0,000 < 0,05$  nilai  $t_{tabel} df = n$

–  $k = 100 - 3 = 97$  (1,660) dan dapat juga dilihat pada nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,081 > 1,660$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

#### 4.2.2 Uji F

Menurut Sugiyono (2012:275), uji koefisien regresi simultan bertujuan untuk

mengetahui apakah perumusan model sudah tepat atau fit. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F. Berdasarkan uji F yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.17 di bawah ini.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1356.574	2	678.287	41.327	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1592.016	97	16.413		
	Total	2948.590	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas\_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35.949 dengan nilai  $F_{tabel}$   $df_1 = k - 1$  ( $3 - 1 = 2$ ),  $df_2 = n - k$  ( $100 - 3 = 97$ ) adalah 3.09 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $41,327 > 3.09$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.

#### 4.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Riduwan (2009:136), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel bebas (X) yaitu: variabel kualitas produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Berdasarkan uji  $R^2$  yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.18 di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.678 <sup>a</sup>	.460	.449	4.051	.460	41.327	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Produk

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *Adjusted R-Square* dengan sebesar 0,449. Hal ini berarti terdapatnya kontribusi variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian gula tebu pada Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok adalah sebesar 44,9% sisanya 55,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012), pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor kosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

#### 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

##### 1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Dari hasil analisis uji hipotesa pada tingkat kepercayaan  $\alpha = 5\%$  terbukti bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,600 < 1,660$ ) maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak dengan nilai signifikan  $0,113 > 0,05$ .

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) ini dapat di simpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok belum dipengaruhi oleh kualitas Gula tebu sesuai dengan harapan konsumen, penjualnya yang ramah, memiliki kualitas yang unggul dibandingkan gula tebu lain, memiliki kesesuaian rasa dengan karakteristiknya, memiliki kualitas yang tahan lama dan memiliki ciri-ciri desain yang unik sehingga mudah dikenali. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga beberapa teori yang dikemukakan oleh para ahli tersebut bertolak belakang dengan kualitas produk

yang ditawarkan oleh Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok, sehingga keputusan pembelian konsumen menjadi menurun.

## **2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.**

Dari hasil analisis uji hipotesa pada tingkat kepercayaan  $\alpha = 5\%$  terbukti bahwa variabel harga ( $X_2$ ) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,081 > 1,660$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

Variabel harga ( $X_2$ ) dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok dipengaruhi oleh Harga Gula tebu koperasi serba usaha Kabupaten Solok terjangkau, dapat bersaing dengan produk lain, lebih ekonomis dan sesuai dengan kualitas yang diinginkan pembeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa teori tersebut membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok dipengaruhi oleh harga dan sesuai dengan harapan konsumen 5. sehingga keputusan pembelian konsumen menjadi lebih meningkat.

## **3. Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.**

Dari hasil uji F terbukti bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok, hal ini dapat di buktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $41,327 > 3,09$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok sebesar 44,9%, dengan adanya pengaruh secara bersama tersebut sebelum melakukan pembelian konsumen terlebih dahulu melakukan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternative*, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, hal ini membuktikan bahwa konsumen telah mendapatkan informasi-informasi yang sesuai dengan harapan sehingga keputusan pembelian konsumen bisa terjadi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

1. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok
2. Terdapat berpengaruh positif dan signifikan harga  $X_2$  terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.
3. Secara bersamaan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk  $X_1$  dan harga  $X_2$  terhadap keputusan pembelian konsumen Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok.

## 5.2 Saran

1. Dengan tidak terjadinya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian tersebut memberikan inovasi baru dan meningkatkan lagi kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat bersaing dengan produk-produk pesaing yang beredar dipasaran.
2. Untuk variabel harga terlebih dahulu perusahaan menyesuaikan harga yang beredar dipasaran dan memberikan inovasi-inovasi baru terhadap produk gula tebu sehingga konsumen lebih memilih produk tersebut

dibandingkan dengan produk yang lain.

3. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan penambahan terhadap variabel penelitian dan memperbanyak jumlah responden dan menggunakan rentang waktu yang lama supaya hasil penelitian lebih baik dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dhasmeta dan Irwan 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Faris dan Enlik. 2011. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Ghozali, Imam. 2008. *Apilikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2011. *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Husein, Umar 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice. Hal. 184
- Kotler dan Keller. 2013. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta ; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 3. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2013. *Principle of Marketing*. Edisi 14 Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Mowen dan Minor. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas*

- Konsumen*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni dan Soeprihanto. 2010. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jilid Pertama. Bandung: Remaja Posdakarya.
- Schiffman, Leon, L. Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT. INDEKS.
- Saladin. 2010. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Umar. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2013. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Managemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.