

KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI PERSEPSI HARGA, DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS PADA ROTI WAHYU SUKOHARJO)

by Marga Adhi Hutama .

Submission date: 04-Jan-2022 03:54PM (UTC+0700)

Submission ID: 1737358693

File name: ARTIKEL_PUBLISH-_MARGA_ADHI.pdf (210.55K)

Word count: 1954

Character count: 12709

**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI PERSEPSI HARGA,
DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
(STUDI KASUSU PADA ROTI WAHYU SUKOHARJO)**

Marga Adhi Utama¹, Bambang Mursito², Istiatin³

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Batik Surakarta

²Dosen Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik
Surakarta

*E-mail : utama30@gmail.com

Abstrack

This study reveals how the relationship between price perception, product differentiation and overall service quality are closely related to purchasing decision on Roti wahyu sukoharjo. Design this study uses a quantitative technique using a cross-sectional method. This population and sampel study used data from Roti wahyu sukoharjo consumers with accidendtal sampling technique. This type of study material uses primary adan secondary study materials. The technique of obtaining data is using questionnaires, observation, and literature studies. The analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis. The conclusion of this study are as follows : 1) Price perception is closely related and relevant to the purchasing decision of Roti wahyu sukoharjo 2) Product differentiation is closely related and relevant to the purchasing decision of Roti wahyu sukoharjo 3) Service quality is closely related and relevant to purchasing decision of Roti wahyu sukoharjo. From the above study, the service quality variable is the dominant variable that is closely related to purchasing decisions considering the result of the regression coefficient value of the service quality variable of 0,415.

Keyword : Price Perception, Product Diffrentiation, Service Quality , Purchase Decision.

Abstrak

Kajian ini mengungkap bagaimana hubungan persepsi harga , diferensiasi produk dan kualitas layanan secara menyeluruh yang berkaitan erat dengan keputusan pembelian pada roti wahyu sukoharjo. Desain Kajian ini menggunakan Teknik kuantitatif dengan memakai cara cross-sectional. Kajian populasi dan sampel ini memakai data konsumen roti wahyu sukoharjo dengan Teknik aksidental sampling. Jenis bahan kajian ini menggunakan bahan kajian primer dan sekunder. Teknik Meperoleh datanya memakai cara Angket, Pengamatan, dan Studi pustaka. Teknik analisi pada kajian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Kesimpulan dari kajian ini sebagai berikut : 1) Persepsi harga berhubungan erat dan relevan pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 2) Diferensiasi Produk berhubungan erat dan relevan pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 3) Kualitas

Pelayanan berhubungan erat dan relevan pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo. Dari kajian diatas variable kualitas pelayanan merupakan variable ¹⁵minan yang berhubungan erat dengan keputusan pembelian mengingat hasil dari ⁶lai koefisien regresi variable kualitas Pelayanan sebesar 0,415.

Kata kunci : Persepsi Harga , Diferensiasi Produk , Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

¹²Perkembangan dunia teknologi yang berkembang pesat pada akhir- akhir ini mendorong konsep pemasaran konvensional berubah menjadi kekinian dengan berbagai model. Fenomena kecanggihan teknologi juga mendorong meningkatnya pesaing dan edukasi massif pemasaran membuat para pemasar untuk lebih kreatif memasarkan produknya. Perkembangan Ekonomi di eks karisidenan Surakarta saat ini telah mengalami perbaikan disbanding 2 tahun lalu saat awal pandemic COVID-19 , hal ini sejalan dengan perkembangan UMKM secara umum dimana industri makanan bias be¹³mbang.

Dengan melihat perkembangan teknologi yang pesat saat ini para pelaku bisnis menjadi tantangan tersendiri untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan para pembeli karena kunci utama dari pemasaran dalam menentukan keputusan pembelian. Pernyataan Keputusan konsumen merupakan cerminan dari keputusan pembelian yang mengedepankan perasaan pilihan yang identik (Ellisshanty, 2017) Konsumen makanan secara individu maupun kelompok untuk mendapatkan produk makanan mempertimbangkan banyak factor dalam memilih produk makanan tersebut. Keputusan pembelian merupakan pemilihan barang atau jasa yang dikehendaki. Konsumen dalam memutuskan pembelian produk secara langsung terlibat dalam mempergunakan produk (Fure, *et al* 2015).

Banyak faktor yang memberikan dampak pada konsumen dalam memilih produk, Konsumen sebagai pembeli menilai kewajaran harga secara parsial memiliki kaitan erat dengan keputusan pembelian (Adnan *et al*, 2019). Maka dari itu suatu penilaian harga dapat memberikan kesan murah atau mahal berkaitan dengan tentang pandangan nilai nominal produk atau jasa (Saputro dan khasanah, 2016).

Kajian penelitian tentang persepsi harga dalam konteks informasi harga dapat dipahami sebagai penegas makna oleh para pembeli, Persepsi harga mejadi konteks penilaian dan perbandingan akan penegasan nominal dari harga produk atau jasa (Ekowati,2020).

Bentuk dari keputusan pembelian sangat memberikan manfaat dari keragaman produk itu sendiri, dimana banyak pilihan dari produk atau jasa membuat pembeli memilih hal yang terbaik (Dewi dan Sindarko,2018). Berdasarkan kajian penelitian Prastika dan Sugiono (2017) menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki hubungan positif pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli.

Kualitas pelayanan konsumen cenderung menginginkan pelayanan yang baik dimana pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pembeli harus sesuai harapan akan hasil pelayanan barang dan jasa (Khasanah dan Arifin,2017). Upaya penciptaan kualitas pelayanan yang baik dan benar memberikan kesan positif

apabila konsumen merasa puas dan bias merasakan manfaat secara langsung (Rachman,2017)

Roti Wahyu Sukoharjo merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang produk roti, sebagai UMKM menghasilkan produk makanan haruslah memberikan kesan yang baik dari segi harga, pilihan produk serta kualitas pelayanan dalam meningkatkan jumlah konsumen yang hendak membeli. Saat ini Roti Wahyu Sukoharjo berupaya mewujudkan harga yang terjangkau, pilihan broduk yang beragam dan kualitas layanan yang disenangi oleh pembeli.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengkaji suatu penelitian dengan judul “ Pengaruh Persepsi harga, Diferensiasi produk dan kualitas pelayananan (Studi kasus Roti Wahyu Sukoharjo) .

Terkait kajian penelitian diatas maka penulis menyampaikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut : 1) apakah pesepsi harga mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo? 2) apakah diferensiasi produk mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo? 3) apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo?

Dari paparan latar belakang diatas maka tujuan yang diperoleh 1) untuk melihat persepsi harga berkaitan erat pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 2) untuk melihat diferensiasi produk berkaitan erat pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 3) untuk melihat kualitas pelayanan berkaitan erat pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo.

LANDASAN TEORI

Keputusan Pembelian

Pembeli didalam teori pemasaran diidentikan seorang yang mempunyai niat untuk memperoleh produk atau jasa yang secara logika memilih bersarkan pilihan yang paling relevan dan logis dalam menentukan pilihan. Menurut Tjiptono (2019:187) perilaku dari konsumen dalam usaha menentukan produk atau jasa menentukan bagaimana seorang konsumen itu melakukan keputusan pembelian.

Persepsi Harga

Persepsi harga menjadikan sebuah produk itu dikenal oleh konsumen dilihat dari murah atau mahal nya, karena pada dasarnya konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli akan mempertimbangkan beberapa hal menurut (Herawaty *et al*, 2016:76) yang meliputi : 1) Konsumen Peka pada harga yang wajar 2) Harga yang ada ketetapanannya 3) kewajaran penilaian nominal harga 4) Etika Perubahan harga 5)Nominal harga yang di terima lingkungan.

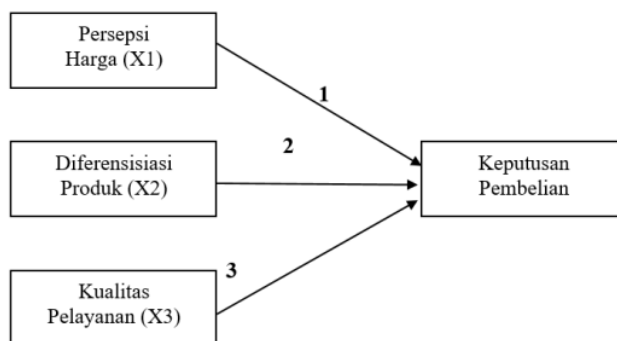
Diferensiasi Produk

Dalam Simamora (2014:441) menyatakan bahwa produk yang beragam merupakan keanekaragaman dari unsur yang ditawarkan oleh penjual agar konsumen itu tertarik pada produk dan jasa yang dikehendaki. Sedangkan Kotler dan Keller (2018:65) menyimpulkan bahwa suatu pembelian akan produk dan jasa harus sesuai dengan berbagai pilihan yang ada , baik itu selera maupun keanekargaman dari produk dan jasa yang di tampilkan oleh penjual.

Kualitas Pelayanan

Konsumen dalam menilai kualitas pelayanan didasari bagaimana memberikan pandangan positif pada layanan prima yang membentuk pola pemikiran konsisten yang mana kecocokan pemilihan yang dirasakan dapat mendorong konsumen melakukan pembelian (Tjiptono,2019:5). Kualitas Pelayanan dapat memberikan pandangan positif bagi penjual jika penjual mampu memenuhi pelayanan sesuai tenggang waktu yang disepakati dan dapat memuaskan pelanggan secara baik (Arinto,2018:83).

Kerangka Pemikiran



Gambar .1 Kerangka Pemikiran.

Hipotesis

Dalam kajian penelitian ini hipotesis bermakna bahwa jawaban sementara yang dianggap benar (Arikunto, 2020:70). Maka Kajian ini memuat beberapa hipotesis sebagai berikut : 1) persepsi harga berhubungan erat dengan keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 2) Diferensiasi produk berhubungan erat dengan keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo 3) Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan keputusan pembelian roti wahyu.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Kajian Penelitian

Kajian Penelitian ini menggunakan cara penelitian deskriptif kuantitatif atau penggambaran secara hitungan, dimana metode cross-sectional dikembangkan untuk melihat variabel yang memiliki karakteristik beda satu dengan lainnya.

Populasi dan Sampel Kajian

Kajian yang dilaku pada roti wahyu sukoharjo ini¹¹ mempergunakan semua konsumen yang melakukan transaksi pembelian. Sedangkan untuk Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dimana sampel yang di ambil sebanyak 96 konsumen.

Tempat dan Waktu Kajian

Kajian penelitian ini teletak pada Roti Wahyu yang berlokasi di desa Pengin RT.04 RW.03 Cangkol Mojolaban – Sukoharjo- Jawa tengah. Untuk Waktu Kajian penelitian ini periode bulan oktober sampai dengan bulan November 2021.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini sebagai berikut :

Analisis Regresi Berganda

Suatu bentuk untuk memperoleh informasi antara variabel independent dengan variabel dependen (Sujarweni, 2018:175) dengan rumus : $K= a + \beta_1PH + \beta_2DP + \beta_3KP$.

Uji Hipotesis

Uji T Test merupakan alat uji nilai untuk mengukur hubungan variabel independent dengan variabel dependen dalam sebuah kajian penelitian (Sujarweni, 2018:162).

Uji Koefisien Determinan

Uji pengolahan data untuk melakukan pengukuran terhadap hubungan besar kecil nya variabel independent dan dependen melalui koefisien determinan sebagai pembending suatu penelitian (Sujarweni,2018:160).

HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Kajian Penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan kajian penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | - 1,387 | 1,404 | | -0,988 | 0,175 |
| Persepsi Harga | 0,260 | 0,121 | 0,222 | 2,149 | 0,034 |
| Diferensiasi Produk | 0,349 | 0,113 | 0,312 | 3,077 | 0,003 |
| Kualitas Pelayanan | 0,415 | 0,114 | 0,382 | 3,628 | 0,000 |

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Print Out SPSS, tahun 2021.

Hasil dari olah data dengan program SPSS tersebut , maka ⁸ dapat diperoleh persamaan regresi :

$$Y = -1,378 + 0,260 X_1 + 0,349 X_2 + 0,415 X_3$$

Dari situ kita dapat memberikan telaah bahwa nilai -1,378 mempunyai nilai negative yang berarti apabila dalam kajian penelitian ini tidak ada variabel bebas , nilai dari X_1 0,260 mengindikasikan persepsi harga berhubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo, nilai dari X_2 0,349 mengindikasikan kergaman produk juga berhubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo, nilai X_3 0,415 mengindikasikan kualitas pelayanan juga berhubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo.

⁴ Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil Kajian Pengujian kelayakan model disajikan sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 904.063 | 3 | 301.354 | 85.763 | .000 ^b |
| Residual | 323.270 | 92 | 3.514 | | |
| Total | 1227.333 | 95 | | | |

Sumber: data print out SPSS, tahun 2021.

Dari ⁵ uji kelayakan model diatas diperoleh bahwa persepsi harga, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berhubungan erat dengan keputusan pembelian pada roti wahyu sukoharjo.

Uji Hipotesis

Hasil kajian uji Hipotesis sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji t (5%)

| Variabel | t _{hitung} | Sig | Sig (α 5%) |
|---------------------|---------------------|-------|------------|
| Persepsi Harga | 2,149 | 0,034 | 0,05 |
| Diferensiasi Produk | 3,077 | 0,003 | 0,05 |
| Kualitas Pelayanan | 3,628 | 0,000 | |

Sumber : Print Out SPSS, tahun 2021.

Berdasarkan hasil kajian olah data yang tersaji dalam table diambil kesimpulan jika hasil uji secara parsial terdapat pengaruh signifikan pada level 5% maka telaah hasil uji variabel independent dan variabel dependennya sebagai berikut : Persepsi harga berpengaruh erat pada keputusan pembelian, diferensiasi produk berpengaruh erat pada keputusan pembelian, Kualitas pelayanan berpengaruh erat pada keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil kajian olah data koefisien determinan disajikan sebagai berikut :

Tabel 4

| Model | Koefisien Determinasi | | | |
|-------|-----------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | 0,858 ^a | 0,737 | 0,728 | 1,875 |

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Service Quality

b. Dependent Variable: keputusan nasabah

Sumber : Print Out SPSS, tahun 2021.

Nilai dari koefisien determinan diperoleh nominal angka 0,782 mengindikasikan bahwa sebanyak 78,2% keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo dipengaruhi oleh persepsi harga, diferensiasi produk dan kualitas Pelayanan.

PEMBAHASAN

Telaah hasil uji kajian diatas dapat diperoleh :

1. Hasil uji hipotesis 1 (persepsi harga dengan keputusan pembelian) bernilai positif sesuai dengan Saputro dan Khasanah (2016) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian konsumen. Sedangkan Fure *et al* (2017) suatu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh harga, sehingga roti wahyu sukoharjo harus memberikan harga yang lebih kompetitif.
2. Hasil uji hipotesis 2 (diferensiasi produk dengan keputusan pembelian) bernilai positif sesuai dengan penelitian Dewi dan Sindarko (2018) menyatakan bahwa keragaman pilihan produk berarti positif pada keputusan pembelian. Sedangkan menurut penelitian dari Pratika dan Sugiono (2017) jika keragaman suatu produk barang atau jasa berkaitan erat pada keputusan pembelian maka akan membentuk pandangan positif pada konsumen, sehingga roti wahyu sukoharjo harus kreatif dalam menentukan pilihan produk.
3. Hasil uji hipotesis 3 (kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian) bernilai positif sesuai kajian penelitian dari Dewi dan Sindarko (2018) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan harus ditingkatkan pada konsumen agar pilihan rasional dapat tercapai, sehingga roti wahyu sukoharjo harus memiliki terobosan pelayanan yang baik untuk menarik lebih banyak lagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kajian pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi harga membuat hubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo.
2. Diferensiasi produk membuat hubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo.
3. Kualitas pelayanan membuat hubungan positif pada keputusan pembelian roti wahyu sukoharjo.

Dari hasil simpulan yang dikaji terdapat beberapa saran untuk ditindak lanjuti :

1. Roti wahyu sukoharjo lebih membangun secara kuat persepsi harga nya agar konsumen dapat melihat ketetapan harga sebagai acuan untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.
2. Roti wahyu sukoharjo diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan bagi konsumen dengan memperhatikan percepatan layanan dan penyajian pada konsumen.

KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI PERSEPSI HARGA, DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS PADA ROTI WAHYU SUKOHARJO)

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejournal.unisri.ac.id

Internet Source

1%

2

www.sciencegate.app

Internet Source

1%

3

Nadela Saktiana, Muchammad Agung Miftahuddin. "Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto)", Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, 2021

Publication

1%

4

JOKO SUSENO, SANI SANI. "PENGARUH KEPUASAN WAJIB PAJAK, PENEGAKAN SANKSI PAJAK DAN KEADILAN DISTRIBUTIF TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI KOTA PONTIANAK", Jurnal Ekonomi Integra, 2018

Publication

1%

openjournal.unpam.ac.id

| | | |
|----|--|------|
| 5 | Internet Source | 1 % |
| 6 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | 1 % |
| 7 | Repository.umy.ac.id Internet Source | 1 % |
| 8 | www.scribd.com Internet Source | 1 % |
| 9 | Diana Rimadani, Suhendro Suhendro, Riana R Dewi. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Effective Tax Rate", JURNAL AKUNTANSI, 2020 Publication | 1 % |
| 10 | repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source | 1 % |
| 11 | adoc.pub Internet Source | <1 % |
| 12 | digilib.uinsby.ac.id Internet Source | <1 % |
| 13 | docplayer.info Internet Source | <1 % |
| 14 | e-journal.potensi-utama.ac.id Internet Source | <1 % |

jom.unri.ac.id

15

Internet Source

<1 %

16

Sunarto Sunarto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KERAJINAN KULIT KARTIKA MAGETAN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On