

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DONAT PADA UKM CAKE AND BAKERY JIGO DESA PETUNJUNGAN

Suci Kuspurnami¹, Ririh Sri Harjanti², Aryanto³
Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,
Korespondensi email: sucikuspurnami@gmail.com

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong bagi pembangunan perekonomian Indonesia. Keberadaan dan keberlangsungan hidup UKM ikut dipengaruhi juga oleh kedua faktor yaitu dari segi harga dan kualitas produk. Harga dan kualitas produk merupakan beberapa faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, dan kualitas produk secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian donat pada UKM Cake and Bakery JIGO Desa Petunjungan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk donat di UKM Cake and Bakery JIGO Desa Petunjungan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik insidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga memiliki nilai t -hitung $-1,581 < t$ -tabel $2,011$ sehingga dinyatakan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian donat pada UKM Cake and Bakery JIGO Desa Petunjungan. Sedangkan secara parsial untuk variabel kualitas produk memiliki nilai t -hitung $6,399 > t$ -tabel $2,011$ sehingga dinyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM Cake and Bakery JIGO Desa Petunjungan. Kemudian secara simultan untuk variabel harga dan variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian donat pada UKM Cake and Bakery JIGO Desa Petunjungan dengan nilai f -hitung sebesar $20,476 > f$ -tabel sebesar $3,20$.

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

The Influence of Price and Product Quality on Donut Purchase Decisions at JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) are one of the driving forces for Indonesia's economic development. The existence and survival of SMEs are also influenced by two factors, namely in terms of price and product quality. Price and product quality are several factors that can improve purchasing decisions in SMEs. This study was aimed to determine the effect of price, and product quality partially and simultaneously on the decision to purchase donuts at JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village. The population in this study were consumers who had bought donuts at JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village. The sampling technique used incident sampling technique with a sample size of 50 respondents. Data analysis was performed by multiple linear regression analysis. The results of the analysis showed that partially the price variable has a t -count value of $-1.581 < t$ -table 2.011 , so it is stated that the price variable has no influence on the donut purchasing decision variable at JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village. While partially for the product quality variable has a t -count value of $6.399 > t$ -table 2.011 , it is stated that the product quality variable has an influence on the donut purchase decision at JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village. Then simultaneously the price variable and product quality variable have an influence on the donut purchase decision variable at the JIGO Cake and Bakery SMEs in Petunjungan Village with an f -count value of $20.476 > f$ -table of 3.20 .

Keywords: *Price, Product Quality, and Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong bagi pembangunan perekonomian Indonesia. Dalam perkembangannya yang maju pesat, UKM juga tidak terlepas dari berbagai tantangan dalam memasarkan produknya. Diantaranya yang pasti adalah memberikan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian produk UKM salah satunya adalah faktor harga dan kualitas produk. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan uang. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya bentuk dan penampilan produk, warna, rasa serta ukuran yang sesuai keinginan konsumen. Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. *Cake and Bakery JIGO*. *Cake and Bakery JIGO* merupakan bisnis rumahan yang bergerak di bidang produksi kue dan roti misalnya donat, brownis lumer, dan kue tart. UKM ini yang beralamat di Desa Petunjungan, Kab.Brebes,Kec.Bulakamba.

Permasalahan yang terjadi pada UKM *cake and bakery JIGO* adalah pada produk donat yang terlihat bahwa kualitas produk donat yang dipasarkan oleh *cake and bakery* terkadang ada beberapa produk yang kurang fresh dikarenakan ada beberapa produk donat yang di produksi dalam jumlah banyak membuat semakin lama produk tersebut setelah diproduksi kualitas produknya akan menurun, harga yang ditawarkan terhadap konsumen relative sama dengan harga yang ditawarkan oleh *competitor*. Sehingga untuk dapat mengetahui variabel apa saja yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif . Metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan, terhitung dari tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan 31 Maret 2021. Lokasi penelitian ini bertempat pada UKM *Cake and Bakery JIGO*, yang

beralamat di Desa Petunjungan ,Kec.Bulakamba, Kab. Brebes.

Target/Subjek Penelitian

Penelitian ini menunjuk pada konsumen yang pernah membeli produk donat pada UKM *cake and bakery JIGO* Desa Petunjungan. Untuk memperoleh tanggapan dari responden, maka dari populasi konsumen tersebut akan dijadikan sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk donat pada UKM *cake and bakery JIGO* Desa Petunjungan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Peneliti dalam pengambilan data dilakukan pada saat konsumen membeli produk donat pada UKM *cake and bakery JIGO* Desa Petunjungan yang dilakukan dalam jangka waktu 8 hari dengan jumlah 50 responden yang dijadikan sampel.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data

1. Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden dan seperti jenis kelamin, jenis pekerjaan dan sebagainya.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa data hasil tabulasi kuesioner yang telah disebar seperti usia seseorang, pendapatan, dan sebagainya.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakn dalam penelitian ini seperti kuesioner dan wawancara kepada responden tentang pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku dan jurnal penelitian sebelumnya.

Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga (X1) dan kualitas produk (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada UKM Cake and Bakery dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Dalam wawancara, peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung, dapat juga melalui telepon atau chatting melalui internet.

3. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara manual dengan menggunakan kuesioner yang sudah di cetak dan diserahkan secara langsung oleh peneliti kepada responden.

4. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperoleh adalah sejarah, struktur organisasi, buku-buku referensi serta sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas pada laporan Tugas Akhir ini.

Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas
- b. Uji Realibilitas

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Heterokedastisitas
- c. Uji Multikolinearitas

3. Uji Regresi Linear Berganda

4. Uji Hipotesis

- a. Uji F
- b. Uji T

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai.Sig	Keterangan
Variabel Harga		
Pernyataan Harga 1	0,000	Valid
Pernyataan Harga 2	0,000	Valid
Pernyataan Harga 3	0,000	Valid
Pernyataan Harga 4	0,000	Valid
Pernyataan Harga 5	0,000	Valid
Variabel Kualitas Produk		
Pernyataan Kualitas Produk 1	0,000	Valid
Pernyataan Kualitas Produk 2	0,000	Valid
Pernyataan Kualitas Produk 3	0,000	Valid
Pernyataan Kualitas Produk 4	0,000	Valid
Pernyataan Kualitas Produk 5	0,000	Valid
Variabel Keputusan Pembelian		
Pernyataan Keputusan Pembelian 1	0,000	Valid
Pernyataan Keputusan Pembelian 2	0,000	Valid
Pernyataan Keputusan Pembelian 3	0,000	Valid
Pernyataan Keputusan Pembelian 4	0,000	Valid
Pernyataan Keputusan Pembelian 5	0,000	Valid

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan untuk variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian denngan mengukur tingkat signifikansi dari hasil korelasi

setiap indikator dengan total indikator nilai sig.0,000 < 0,05 maka variabel diatas dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	0,812	Reliabel
Kualitas Produk	0,692	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,776	Reliabel

Sumber : Data diolah 2021

Dari nilai cronbach alpha diatas dapat dinyatakan bahwa instrument penelitian (kuesioner) harga,kualitas produk, dan keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan layak (reliabel) karena nilai cronbach alpha > 0,60.

2. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
,131 ^c	Terdistribusi Normal

Sumber : Data diolah 2021

Uji normalitas menggunakan uji statistik one-sample *Kolmogorov-smirnov* dilakukan dengan melihat nilai sig. > 0,05 data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil output spss diatas, nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,131 > 0,05 maka data tersebut dinyatakan terdistribusi normal .

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Harga	,548
Kualitas Produk	,184

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil output spss uji heteroskedastisitas diatas menggunakan uji *glejser* menunjukkan nilai sig. variabel harga sebesar 0,548 > 0,05 dan sig. variabel kualitas produk sebesar 0,184 > 0,05 yang berarti model regresi tidak terkena gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	,939	1,065
Kualitas Produk	,939	1,065

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil output spss diatas, menunjukkan nilai tolerance harga dan kualitas produk sebesar 0,939 > 0,10 dan nilai VIF harga dan kualitas produk sebesar 1,065 < 10 yang berarti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
	B
1 (Constant)	8,977
Harga	-,138
Kualitas Produk	,675

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel diatas maka dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 8,997 - 0,138 X_1 + 0,675 X_2$$

- 1) Nilai konstantan sebesar 8,997 yang menunjukkan bahwa jika harga dan kualitas produk sebesar 0 satuan maka keputusan pembelian sebesar 8,997 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi sebesar - 0,138 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan dapat menyebabkan penurunan keputusan pembelian sebesar 0,138.
- 3) Nilai koefisien regresi sebesar 0,675 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,675.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 4.8 Hasil Uji f

F	Sig.
20,476	,000 ^b

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil output spss diatas, nilai f-hitung sebesar 20,476 > f-tabel sebesar 3,20 maka Ho ditolak (Ha diterima) sehingga menunjukkan

terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji T

Tabel 4.7 Hasil Uji t

Variabel Independen	T	Sig.
Harga	-1,581	,121
KualitasProduk	6,399	,000

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil output spss diatas, nilai t-hitung variabel harga $-1,581 < t\text{-tabel } 2,011$ sehingga H_0 diterima (H_a ditolak) menunjukkan tidak terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan nilai t-hitung variabel kualitas produk $6,399 > t\text{-tabel } 2,011$ sehingga H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli donat di UKM *Cake and Bakery* JIGO tidak terlalu memperhatikan faktor harga melainkan lebih memperhatikan faktor lain misalnya kualitas produk. Hal ini dapat dibuktikan bahwa secara parsial variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan dengan nilai t-hitung $-1,581 < t\text{-tabel } 2,011$. Berdasarkan hasil uji statistik mengenai hipotesis pertama (H_1) yang menduga bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan ditolak.

Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi. Dengan demikian penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan murah, mahal atau biasa saja, dari setiap individu tidaklah sama, karena tergantung persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Pelanggan dalam menilai harga suatu produk, bukan hanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi pada harga. Suatu perusahaan atau pemilik UKM perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditetapkan oleh perusahaan atau pemilik UKM tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, sehingga harga yang ditawarkan dapat menimbulkan

keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat karena konsumen tidak terlalu mementingkan variabel harga dalam keputusannya membeli produk dari UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan dengan kata lain meskipun harga yang ditetapkan pada UKM *Cake and Bakery* JIGO mahal tidak menjadi masalah bagi pembeli selama kebutuhan pembeli terpenuhi. Artinya Konsumen akan membeli produk pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan berapapun harganya.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Kiswanto, dkk (2019)^[1] yang menyatakan bahwa secara parsial variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Keripik Talas. Pernyataan tersebut juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiwin Andriani, Abdurrahman (2019)^[2].

2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli produk donat di UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan lebih memperhatikan faktor kualitas produk. Hal ini dapat di buktikan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dengan nilai t-hitung $6,399 > t\text{-tabel } 2,011$ memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan. Berdasarkan hasil uji statistik mengenai hipotesis kedua (H_2) yang menduga bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan dapat diterima.

Ketika konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian, produk merupakan pertimbangan paling utama, karena produk adalah tujuan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Jika produk tersebut memberikan kualitas yang dibutuhkan konsumen, maka kemungkinan konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut terus menerus. Dalam menentukan keputusan konsumen ditentukan dengan kualitas produk. Jika kualitas produk pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan bagus dan berkualitas baik dari segi bahan baku ataupun pengemasannya maka konsumen akan tertarik

untuk membeli produk UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat karena setiap konsumen yang membeli donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan merupakan konsumen yang merasa puas atas kualitas produk yang diberikan UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan. Hal ini juga dikarenakan banyak konsumen yang memesan produk donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan untuk keperluan acara keluarga dan pesta dengan alasan agar lebih praktis dan tidak banyak membuang waktu untuk membuat sendiri.

Mayoritas konsumen yang membeli donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan adalah wanita. Hal ini membuat sensitivitas kualitas produk memiliki peran tinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dimana kualitas yang diberikan bagus, halal dan benar-benar bersih sehingga konsumen merasa tenang dan aman untuk mengonsumsi donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan.

Dalam penelitian ini konsumen lebih mementingkan variabel kualitas produk dalam keputusannya membeli produk dari UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan dengan melihat kualitas produk seperti warna, penampilan, porsi, aroma dan rasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa kombinasi warna, penampilan, porsi yang diberikan, aroma produk serta rasa dari produk-produk *bakery* telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk di UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rosita,Inne Satyawisudarini (2017)^[3] yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Samesame Clothing*. Pernyataan tersebut juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Friani Gloria Igir,dkk (2018)^[4] dan Rizka Mulia Adhitama dan Mohammad Maskan (2018)^[5].

3. Pengaruh Variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji f, diketahui bahwa nilai f-hitung sebesar 20,476 > f-tabel sebesar 3,20 yang berarti pada variabel harga dan variabel kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian

donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan. Hal ini menjelaskan bahwa hasil uji statistik menyatakan bahwa hipotesis ke tiga (H3) yang menduga bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan dapat diterima.

Sebelum mengambil keputusan dalam membeli suatu produk atau jasa, konsumen membandingkan berbagai kemungkinan akan diperoleh diantaranya adalah harga dan kualitas produk. Hubungan antara harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian sangatlah penting. Jika sebuah produk atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang diinginkan konsumen dan diimbangkan dengan kualitas produk yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian donat dikarenakan harga yang ditetapkan oleh UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Artinya jika harganya naik maka kualitas produk yang diberikan juga semakin baik. Hal ini membuat konsumen tertarik dalam mengambil keputusan untuk membeli produk pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rosita,Inne Satyawisudarini (2017)^[3] yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Samesame Clothing*. Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto, dkk (2019)^[1] yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Keripik Talas. Pernyataan tersebut juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Friani Gloria Igir,dkk (2018)^[4] dan Rizka Mulia Adhitama dan Mohammad Maskan (2018)^[5]

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Pada UKM *Cake And Bakery* JIGO Desa Petunjunan” sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, variabel harga secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji f, variabel harga dan variabel kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat pada UKM *Cake and Bakery* JIGO Desa Petunjunan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas ,maka saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut :

1. Bagi konsumen
Sebelum memilih produk pada UKM *Cake and Bakery* JIGO yang akan dibeli hendaknya konsumen lebih teliti dalam hal kualitas produk karena kualitas merupakan jaminan bahwa produk tersebut baik dan layak untuk dikonsumsi.
2. Bagi UKM *Cake and Bakery* JIGO
Diharapkan pihak UKM *Cake and Bakery* JIGO hendaknya teliti dalam menetapkan harga suatu produk dan harus bisa memperbaiki kualitas produk dengan mempergunakan bahan baku yang berkualitas dan peningkatan alat-alat produksi yang lebih baik dan bersih agar produk tersebut tetap menjadi pilihan bagi konsumen. Selain itu UKM harus lebih berani meningkatkan inovasinya dalam mengkreasikan bentuk dan aneka rasa kue dan roti tanpa mengkhawatirkan penyesuaian harga biaya produksinya, agar nantinya terjadi peningkatan pada keputusan pembelian dan dapat meningkatkan laba UKM *Cake and Bakery* JIGO.
3. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya tidak terfokus pada harga dan kualitas produk, namun dapat menambah faktor-faktor lain yang

berhubungan dengan keputusan pembelian seperti promosi, kualitas layanan, brand, desain dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Rizka Mulia Adhitama, Mohammad Maskan.(2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Boy Mog Malang (Studi Pada Mahasiswa Div Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2017/2018)*. Jurnal Aplikasi Bisnis (J A B). Vol. 4 No. 2, 2018.
- Kiswanto,dkk.(2019).*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas*.Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi – Volume 4 Nomor 1 Juni 2019.
- Wiwin Andriani, dkk.(2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air mineral dalam kemasan merek dharma (Studi pada konsumen CV.Bahana Tirta Alam Maritim di Kab.Sumbawa Besar)*.Jurnal Manajemen dan Bisnis.Vol.2 No. 1,2019.
- Friani Gloria Igir,dkk.(2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT.Astra Internmtional Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)*.Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 2,2018.
- Rosita, Inne Satyawisudarini.(2017).*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing)*.Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA). Vol. 10 No. 3, 2017.