

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN USAHA UMKM DIMSUM
KABITA DI CIBARUSAH**

**Etty Zuliawati Zed¹, Intan Rita Supriyati², Aulia Rahmah Anwar³, Silvani Wulandari⁴,
Luthfiah Istiqomah⁵**

Universitas Pelita Bangsa

Email: ettyzuliawatized@gmail.com¹, intanrita016@gmail.com², liarahmahanwar@gmail.com³,
silvaniwulandari5@gmail.com⁴, luthfiahistiqomahupi@gmail.com⁵

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Usaha UMKM Dimsum Kabita di Cikarang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan angket dengan menggunakan skala likert. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen yang berjumlah 200 orang. Sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin. Sampel yang kami dapat dari populasi sebanyak 67 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada usaha Dimsum Kabita di Cikarang.
Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas produk, Keputusan pembelian.

Abstract – This research aims to analyze the influence of price, promotion and product quality on product purchasing decisions in Dimsum Kabita MSME businesses in Cikarang. This type of research is quantitative. The data collection techniques used in this research were observation, documentation and questionnaires using a Likert scale. The population in this research is 100 consumers. Samples were taken using the Slovin formula. Thus the entire population became the object of research, namely 100 people. The research results show that price, promotion and product quality simultaneously have a positive and significant effect on product purchasing decisions at the Dimsum Kabita business in Cikarang.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Di era sekarang dengan berbagai kemajuan teknologi terdapat banyak sekali pelaku usaha di bidangnya masing – masing. Misalnya, pelaku usaha bisnis properi, retail dan UMKM. UMKM menjadi sebuah wadah bagi Masyarakat yang ingin menyalurkan suatu usaha mikro untuk memenuhi kelangsungan hidupnya. Jumlah pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia mulai tahun 2018 – 2020 yang terus meningkat berdasarkan data BEKRAF tahun 2018, jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di seluruh Indonesia totalnya ada 8.203.826 yang terdiri dari banyak jenis usaha di bidangnya masing masing. Contohnya pada bidang makanan yang tidak hanya menyediakan jasa melainkan juga menjual produk minuman. Pada bidang teknologi juga terdapat penyediaan jasa editing, printing dan lain sebagainya yang berkaitan dengan teknologi. Bidang fashion sudah mulai banyak bertebaran dimana – mana dalam usahanya dari mulai harga yang murah sampai mahal. Bidang kuliner salah satu bidangnya banyak digeluti karena kuliner identik dengan makanan dan minuman yang dimana makanan dan minuman ialah kebutuhan pokok manusia.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian satu negara. Menurut Tambunan (2002) di Indonesia UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan – perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Selain itu sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per-kapita atau produk domesrik bruto (pdb) Masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Umkm Dimsum Kabita di Cikarang sudah lama memiliki harga yang tergolong murah karena dapat di jangkau semua kalangan selain itu soal rasa memiliki ciri khas tersendiri dengan kompetitor lain. Beberapa varian rasa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

METODE PENELITIAN

Data yang kami gunakan adalah data primer. Dimana peneliti menggunakan angket atau kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Sempel dalam penelitian ini adalah para konsumen Dimsum Kabita di Cikarang jumlah sebanyak 67 orang konsumen. Sempel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian ini.. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaban tentang harga, promosi, kualitas produk, dan Keputusan pembelian. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. dimana persamaan regresinya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

a: Konstanta

b₁-b₃ : Koefisien regresi

Y : Keputusan pembelian X₁ : Kualitas produk

X₂ : Harga

X₃ : Promosi

e : error.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas

Menurut Ghazali dalam (Ahmad et al., 2023) menyatakan uji validasi digunakan sebagai pengukur sebuah kuesioner layak dinyatakan valid atau tidak. Data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Uji reliabilitas merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan terpercaya. Uji reabilitas dimaksudkan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran instrument dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan dikatakan reliabel handal jika memberikan nilai alpha Cronbach > 0,60.

Hasil uji validitas penelitian ini dapat dimuat pada tabel 1:

Tabel 1. Hasil uji validitas

variabel	pernyataan	Total correlation (r hitung)	r tabel	keterangan
Harga	P1	0.732	0.60	Valid
	P2	0.219	0.60	Tidak Valid
Promosi	P1	0.906	0.60	Valid
	P2	0.839	0.60	Valid
	P3	0.780	0.60	Valid
Kualiatas Produk	P1	0.799	0.60	Valid
	P2	0.892	0.60	Valid
	P3	0.735	0.60	Valid
Keputusan Pembelian	P1	0.629	0.60	Valid
	P2	0.637	0.60	Valid

Menurut Sugiono dari (Ahmad et al., 2023) menengemukakan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui hasil tetap pengukuran konsisiten apabila dilakukan pengukuran alat ukur yang sama, sebuah indikator dalam quisioner dapat diterima apabila koefisien alpha memiliki nilai > 0,6, hasil uji reliabilitas penelitian ini dapat dimuat pada tabel 2:

Tabel 2. Uji Realibilitas

Variabel	Chronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0.891	Reability
Promosi	0.906	Reability
Kualitas Produk	0.949	Reability
Keputusan Pembelian	1.055	Reability

Tabel 1 dan tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan reliabel masingmasing indikator pada uji validitas memiliki nilai > 0,5 dan masing masing nilai yang terdapat pada variabel untuk uji reliabilitas > 0,6.

Tabel 3. Uji T (Partial)

		Unstandardized Coefficien		Standard Coefficient		
Model		B	Std.Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,492	2,249		1,552	,133
	Harga	,474	,162	,574	,2918	,007

	Promosi	,257	,292	,298	2,881	,002
	Kualitas Produk	,637	,257	,646	2,480	,020

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t tabel pada $n = 100$ pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1.98397. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel di atas yaitu nilai koefisien sebesar 0,574, dimana nilai T-hitung $>$ T-tabel ($2,918 > 1.98397$) dan signifikan sebesar ,007 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka Ha1 diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang positif dan signifikan jadi dapat dinyatakan bahwa harga dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh (Jayadi and santoso 2012)
2. Nilai yang diperoleh dari tabel di atas yaitu nilai koefisien sebesar 0,298, dimana nilai T-hitung $>$ T-tabel ($2,881 > 1.98397$) dan signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka Ha2 diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang positif dan signifikan jadi dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Zararosa and Khasanah 2023) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pelanggan Pizza Hut di Kota Semarang.
3. Nilai yang diperoleh dari tabel di atas yaitu nilai koefisien sebesar 0,646, dimana nilai T-hitung $>$ T-tabel ($2,480 > 1.98397$) dan signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel Kualitas Produk (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka Ha3 diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang positif dan signifikan jadi dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh (Suti, 2010) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone esia.

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum Of Square	df	Mean Square	f	Sig.
1	Regression	145,500	4	36,375	19,613	,000 ^b
	Residual	46,366	25	1,855		
	Total	191,867	29			

Nilai Fhitung bernilai positif sebesar 19,613 dengan signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai Ftabel sebesar 2.47. Dengan demikian Fhitung = $19,613 >$ Ftabel =

2.47 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel Kualitas Produk, Harga, Word Of Mout dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi penelitian ini dapat dilihat tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji R² (Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Srd. Error of the Estimate

1	,871 ^a	,758	,720	1,362
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X3), HARGA (X1), PROMOSI (X2)
 Nilai R Square dari analisis koefisien determinasi sebesar

0,758 artinya keputusan pembelian (Y) mampu dijelaskan oleh variabel harga (X1), promosi (X2) dan kualitas produk (X3) sebesar 75,8%, sedangkan sisanya sebesar 24,1% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk terhadap UMKM Dimsum Kabita di Cikarang.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk terhadap UMKM Dimsum Kabita di Cikarang.

Harga , Promosi, dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk terhadap UMKM nasi goreng simpang rantau lama jalan ahmad yani rantauprapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Ahmad, J., Rantau, Y., Hamid, A., & Prayoga, Y. (2023). Pengaruh Harga , Word Of Mouth , Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Usaha Umkm Nasi Goreng Simpang Rantau Lama. 8(3), 378–386.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>