PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM POTONG DI PASAR GAMALAMA

Hamka

Staf Pengajar Faperta UMMU-Ternate, e-mail: hamka_agb@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen ayam potong, dengan jumlah responden 100 konsumen yang melakukan pembelian ayam potong di pasar Gamalama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil pengujian regresi untuk variabel Harga terhadap Keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} = 4.356$ dengan nilai signifikansi 0.000, sedangkan hasil pengujian regresi untuk variabel Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2.220$ dengan signifikansi 0,03. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 diterima. Nilai F_{hitung} sebesar 29.602 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga, dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi ($adjusted R^2$) yang diperoleh sebesar 0,765. Hal ini berarti 76,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, dan kualitas produk.

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan daging ayam ras broiler (ayam pedaging) cenderung meningkat setiap tahun. Peningkatan kebutuhan ini sejalan dengan situasi perekonomian Indonesia yang terus bertumbuh. Konsumsi ayam ras pada tahun 2013 ini mencapai 2,2 miliar ekor. Jumlah tersebut naik 15,79% dibandingkan konsumsi ayam ras sepanjang 2012 sebanyak 1,9 juta miliar ekor. Menurut Ketua Forum Masyarakat Perunggasan Indonesia, Don P. Utoyo, konsumsi daging ayam ras meningkat lantaran pendapatan penduduk juga cenderung naik. Masyarakat yang semula tak mengkonsumsi ayam, karena pendapatan naik mampu membeli daging ayam.

Secara umum tingkat konsumsi warga Maluku Utara adalah ikan. Hal ini membuat konsumsi daging, baik daging sapi, kambing

dan ayam kampung menjadi rendah, yaitu hanya sekitar 3,1 kg/kapita/tahun. Namun seiring perkembangan daerah perkotaan mulai terbiasa mengonsumsi produk unggas yang berupa daging dan telur sehingga pertumbuhan tingkat konsumsi terus mengalami peningkatan.

Penyuplai terbesar akan kebutuhan ayam potong berasal dari Manado dan Surabaya, hal ini sangat mempengaruhi tingkat harga dipasaran dan bisa berpengaruh langsung terhadap kemampuan masyarakat dalam melakukan pembelian ayam potong di pasar Gamalama. Dimana ayam broiler hidup lokal umur 35 hari dihargai Rp. 22 ribu/ekor dan ayam beku petelur afkir yang besar diterima pasar dengan harga Rp. 28 ribu/ekor.

1.2. Rumusan Masalah

Tingginya tingkat permintaan ayam potong di pasar Gamalama akan sangat

berpengaruh pada penampilan harga ayam potong dan kualitas ayam potong yang di perdagangkan di pasar gamalama. Semakin tinggi harga ayam potong akan semakin mempengaruhi tingkat pembelian, demikian pula dengan kualitas ayam potong yang ditawarkan. Kecenderungan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ayam potong akan sangat dipengaruhi oleh faktor harga dan kaulitas, olehnya itu sejauhmana kedua faktor ini dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian ayam potong di pasar Gamalama. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Apakah kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian ayam potong di pasar Gamalama

1.4. Hipotesis

H_0 = Harga dan kualitas ayam potong berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen

H_1 = Kualitas dan kualitas ayam potong tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen

II. METODE PENELITIAN

2.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah pasar gamalama kota ternate, pemelihan pasar Gamalama karena merupakan pasar terbesar di kota Ternate. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive karena berdasarkan pertimbangan jumlah penjual dan pembeli ayam potong terbanyak berada di Kota ternate. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai Pebruari 2013.

2.4. Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan di analisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode

analisis data adalah untuk menginteprestasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 20. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

2.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu Kualitas ayam (X_1), dan harga penjual (X_2), mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu keputusan pembelian ayam potong di pasar gamalama kota ternate (Y). Bentuk matematisnya secara umum adalah sebagai berikut (Santoso singgih 2001) :

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

di mana :

Y = keputusan pembelian

A = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (kualitas)

b_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (harga yang jual)

X_1 = kualitas

X_2 = harga

e = Error

2.5. Pengujian Hipotesis

2.5.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas/bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Santoso singgih 2001). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

- H_0 : $\beta_0 = 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas dan harga terhadap konsumen) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat(keputusan pembelian).
- H_1 : $\beta_1 \neq 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas dan harga terhadap konsumen) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan

pembelian). Dasar pengambilan keputusan (Santoso singgih 2001) :

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.
Apabila t tabel $>$ t hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
Apabila t tabel $<$ t hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.
Apabila angka probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
Apabila angka probabilitas signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2.5.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Santoso singgih 2001). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kesadaran kualitas dan harga secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas dan harga terhadap konsumen) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).
- $H_1 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas dan harga terhadap konsumen) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

Dasar pengambilan keputusan (Santoso singgih 2001) :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel
Apabila F tabel $>$ F hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
Apabila F tabel $<$ F hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
Apabila probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
Apabila probabilitas signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (kualitas dan harga, terhadap konsumen) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (Keputusan pembelian konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol(0) dan satu (1). Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Umar Husein, 2009).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Secara umum gambaran umum responden yang melakukan pembelian ayam potong di pasar Gamalam kota Ternate disajikan pada Tabel 1.

Tabel.1 Karakteristik Responden Ayam Potong di Pasar Gamalama

	Keterangan	L	P	Jumlah	Presentase
Usia	≤ 20 tahun	5	10	15	15%
	21 – 30 tahun	15	57	72	72%
	31 – 40 tahun	1	3	4	4%
	> 40 tahun	3	6	9	9%
Pendidikan	SD/Sederajat	0	0	0	0%
	SMP/Sederajat	0	0	0	0%
	SMA/Sederaja	10	40	50	50%
	Akademi/D3	3	7	10	10%
	Sarjana (S1, S2, S3)	11	29	40	40%
Pekerjaan	Pelajar/ mahasiswa	7	4	11	11%
	Pegawai negeri Sipil	9	49	58	58%
	Pegawai Swasta	6	15	21	21%
	Wiraswasta	0	8	8	8%
	Lainnya	2	0	2	2%
Pendapatan Perbulan	$<$ Rp 500.000,00	0	0	0	0%
	Rp500.000,00 - Rp1000.000,00	5	7	12	12%
	Rp 1000.000,00 - Rp2000.000,00	4	5	9	9%
	$>$ Rp 2000.000,00	15	64	79	79%

3.2. Hasil Analisis Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian

3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel, jika r hitung > dari r tabel (pada taraf signifikansi 10%) maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Umar Husein, 2009).

Pada variabel harga indikator x_1 r hitungnya sebesar 0,738, indikator x_2 sebesar 0,746, dan indikator x_3 r hitungnya 0,690. Pada variabel kualitas produk indikator x_1 r hitungnya sebesar 0,771 indikator x_2 sebesar 0,607, dan indikator x_3 sebesar 0,622. Pada variabel keputusan pembelian indikator x_1 r hitungnya sebesar 0,707, indikator x_2 sebesar 0,698, dan indikator x_3 sebesar 0,657. Menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid karena semua indikator mempunyai r hitung > dari r tabel. Pada penelitian ini r tabel sebesar 0,220

3.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus α . Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil *croanbach alpha* (α) (Umar Husein, 2009).

Hasil pengujian reliabilitas, variabel harga mempunyai koefisien α sebesar 0,803, variabel kualitas produk mempunyai koefisien α sebesar 0,864 dan variabel kualitas produk sebesar 0,802. Hasil pengujian reliabilitas pada tabel menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai koefisien α (α) yang cukup besar yaitu > 0,80 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-

masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

3.2.3. Analisis Regresi Linier

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,456	1,148		2,139	,035
1 Harga	,559	,128	,448	4,356	,000
Kualitas	,191	,087	,226	2,200	,030

a. Dependent Variable: Pembelian

Sumber : Data primer yang diolah 2013

Persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,448 X_1 + 0,226 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat menjelaskan sebagai berikut :

variabel X_1 (Harga) diperoleh sebesar 0,448 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa variabel Harga (X_1) mempunyai pengaruh sebesar 44,8% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi semua variabel yang lain tetap. Pengaruh variabel harga merupakan pengaruh yang paling besar diantara variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

X_2 (Kualitas Produk) diperoleh sebesar 0,226 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) mempunyai pengaruh sebesar 22,6% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi semua variabel yang lain tetap. Pengaruh variabel kualitas produk merupakan pengaruh yang paling kecil diantara variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3.2.4. Pengujian Parsial (uji t)

Hasil pengujian regresi untuk variabel Harga terhadap Keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung = 4.356 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis 1 diterima.

Hasil pengujian regresi untuk variabel Kualitas produk terhadap

Keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung = 2.220 dengan signifikansi 0,03. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka Hipotesis 2 diterima.

3.2.5. Pengujian Simultan (uji F)

Tabel 4. Hasil uji-F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	141,522	2	70,761	29,602	,000 ^a
Residual	231,868	97	2,390		
Total	373,390	99			

a. Dependent Variable: Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 29.602 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga, dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.2.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,774	,765	1.04177

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,765. Hal ini berarti 76,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu (100% - 76,5% = 23,5%) dapat dijelaskan oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.3. Pembahasan

Harga Ayam potong dan Kualitas Ayam potong memberika pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian. Konsumen sangat memperhatikan kedua variabel ini, dimana jika harga semakin tinggi maka

konsumen bisa tidak melakukan pembelian, dan jika kualitas tidak sesuai dengan besarnya harga yang dibayarkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan melakukan pembelian.

Diantara kedua variabel ini, harga ayam potong memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan kualitas. Hal ini berarti keputusan pembelian ayam potong masih cukup kuat dipengaruhi oleh harga jika dibandingkan dengan kualitas. Pada aspek kualitas konsumen masih memiliki alternatif jika harga ayam melonjak tajam, dimana konsumsi ayam akan dialihkan ke konsumsi ikan.

Dengan demikian maka pedagang akan sangat hati-hati dalam penentuan harga ayam potong dan kualitas ayam potong yang dipasarkan. Semakin konsumen menganggap harga yang ditawarkan terlalu mahal, maka konsumen akan mengalihkan pembelian pada kebutuhan lainnya. Demikian juga dengan kualitas, jika konsumen merasa kualitas ayam potong tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembelian pada bahan pangan lainnya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap ayam potong di pasar Gamalama. Semakin cocok harga yang ditawarkan oleh produsen terhadap konsumen, maka semakin kuat keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen terhadap ayam potong.
2. Kualitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen akan melakukan pembelian jika kualitas ayam potong yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kazmier, Leonard. J. 2004. *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kualitatif (Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi)*.

Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN

- Nabhan, F dan Enlik K. 2005. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 6, No. 3, Hlm. 425-430.
- Narimawati, Umi. 2008. *Teknik-Teknik Analisis Multivariant Untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Santoso, Singgih. 2001. *SPSS Versi 10 (Mengolah Data Statistik Secara Profesional)*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Setiawati, Bkti. 2006. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak "Dwijoyo" di Desa Perangguhan Kecamatan Pegadan Kabupaten Kendal". *Skripsi S1 Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Semarang*.
- Stanton, William J. dan Y. Lamarto. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Windoyo, Riky F. 2009. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Waroeng Steak & Shake Semarang)". *Skripsi S1, Universitas Diponegoro*.