

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPTUSAN PEMBELIAN
PADA INDUSTRI KERUPUK POLI CAP DUA UDANG DI
KECAMATAN GAPURA KABUPATEN SUMENEP**

ARTIKEL



Oleh :

ALIF WASFIL AFIF

NPM: 715.2.1.1914

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIRARAJA

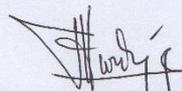
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN
LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA INDUSTRI KERUPUK POLI CAP DUA
UDANG DI KECAMATAN GAPURA KABUPATEN SUMENEP**

Artikel
Program Studi : Manajemen

Disusun Oleh :
ALIF WASFIL AFIF
715.2.1.1914

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 19 Juli 2019



Endang Widyastuti, SE., M.Si
NIDN : 0724057703

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alif Wasfil Afif
NPM : 715.2.1.1914
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDUSTRI KERUPUK POLI CAP DUA UDANG DI KECAMATAN GAPURA KABUPATEN SUMENEP

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep
Pada tanggal : 19 Juli 2019
Yang menyatakan



(Alif Wasfil Afif)

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDUSTRI KERUPUK POLI CAP DUA UDANG DI KECAMATAN GAPURA KABUPATEN SUMENEP

Alif Wasfil Afif¹
Endang Widyastuti²

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja

alifwasfilafif@gmail.com
endangwidyastuti_fe@yahoo.co.id

ABSTRACT

Bauran pemasaran yang efektif merupakan salah satu strategi bisnis yang sangat penting dalam berbagai industry. Strategi kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi penjualan merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan. Kualitas produk kerupuk poli Cap Dua Udang dari segi rasa, aroma, dan kerenyahan sangat cocok dilidah masyarakat tapi dari segi daya tahan kurang baik. Harga jual cenderung tinggi dan promosinya hanya melalui informasi dari mulut kemulut. lokasi penjualan jauh dari tempat perbelanjaan (kurang strategis).

Maksud peneliti yaitu mencairitahu pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat dan juga variable yang paling dominan yaitu pengaruh kualitas produk, hrga, promosi, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian pada industry kerupuk poli Cap Dua Udang di Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep. Penelitian ini berjenis (*descriptive research*) yaitu penilitian yang berusaha mengungkap permasalahan yang sedang terjadi pada populasi.

Penelitian ini menggunakan sampling *Random* dimana teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan yaitu variabel kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerupuk poli Cap Dua Udang dan harga merupakan variabel yang paling dominan.

Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi, lokasi penjualan, keputusan dan pembelian.



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION
AND SALES LOCATION ON PURCHASE DECISIONS IN THE CAP
TWO SHELL POLY DAMAGE INDUSTRY IN GAPURA DISTRICT,
SUMENEP DISTRICT**

Alif Wasfil Afif1

Endang Widyastuti2

Management Study Program

Faculty of Economics and Business, University of Wiraraja

alifwasfilafif@gmail.com

endangwidyastuti_fe@yahoo.co.id

ABSTRACT

An effective marketing mix is one of the most important business strategies in various industries. The strategy of product quality, price, promotion, and location of sales is an important factor in decision making. The quality of the Cap Dua Udang poly cracker product in terms of taste, aroma and crispiness is very suitable in the community but in terms of poor durability. The selling price tends to be high and the promotion is only through information from the mouth of the mouth. the sales location is far from the shopping area (less strategic).

The purpose of this study was to know and analyze partially, simultaneously and the most dominant variables, namely the influence of product quality, sport, promotion, and sales location on purchasing decisions in the poly cracker industry Cap Dua Udang in Gapura District, Sumenep Regency. This type of descriptive study (descriptive research) is a study of problems in the form of current facts of a population.

This study uses Random sampling in the sampling technique using incidental sampling is a technique for determining samples based on chance. The results showed that partially and simultaneously the variables of product quality, sport, promotion, and location of sales had an effect on the decision to purchase Cap Dua Udang poly crackers and prices were the most dominant variable.

Keywords : *product quality, price, promotion, sales location and purchase decision.*



PENDAHULUAN

Pertumbuhan dalam kehidupan bisnis hal tersebut tidaklah terlepas ketatnya pesaing semakin pesat dan menuntut pelaku bisnis lebih untuk maju dan berinovasi agar mampu bersaing di dunia bisnis. Hal ini ditandai dengan banyaknya kemunculan perusahaan baru baik itu bergerak di bidang jasa ataupun barang. Kepada seorang pemasar harus mampu memanfaatkan kesempatan yang bisa diambil, untuk memenuhi kebutuhan, harapan keinginan konsumen melalui jasa ataupun produk dalam proses keputusan pembelian konsumen.

Pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan sedang dijalani oleh pemasar dimana kegiatan tersebut meliputi penjualan, mempromosikan, mendistribusikan. Penentuan strategi pemasaran yang tepat dan jelas dapat mengantisipasi perubahan lingkungan secara cepat maupun lambat baik dari faktor eksternal maupun internal sehingga memudahkan perusahaan dalam mengambil tindakan. Pengambilan tindakan secara bijak mampu menempatkan perusahaan di posisi yang aman dari kerugian.

Akhir – akhir ini telah banyak muncul industri di bidang makanan khususnya pada industri kerupuk. industri kerupuk memiliki potensi untuk di kembangkan, meski demikian dapat di perkirakan jumlah konsumsi kerupuk semkin hari semakin meningkat karena kerupuk merupakan lauk sederhana dan identic sebagai pelengkap nasi di Indonesia juga sangat disukai banyak penduduk luas. Dilihat bertambahnya penduduk maka keinginan terhadap kerupuk semakin meningkat.

Salah satu wilayah yang terletak di Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep dimana Kecamatan tersebut terdiri dari 17 Desa. Kecamatan tersebut merupakan salah satu sentra penghasil berbagai macam kerupuk di antaranya kerupuk Poli, kerupuk nasi dan kerupuk tempe. di antar 17 desa penghasil kerupuk terbanyak terletak pada Desa Gapura barat, hal tersebut ditandai banyaknya industri kerupuk di Desa tersebut.

Bertambahnya perushan merintis ke arah bidang perusahaan makanan membertahukan bahwa perushan itu memmiliki level persaingannya semakin

meningkat. saking meningkatnya pesaing dibuat perusahaan kerupuk khususnya di daerah kecamatan Gapura di tunjang untuk menerapkan strategi yang tepat agar mampu bersaing dengan perusahaan lokal lainnya. Selain hal itu juga perlu diperhatikan mengenai kualitas produknya, bagaimana produk tersebut bisa menempel di hati konsumen.

Salah satu warga bernama Bapak Sulaiman bertempat tinggal di Desa Gapura Barat Kecamatan Gapura yang mempunyai pekerjaan sebagai penjual kerupuk dari pintu ke pintu bahan yang di produksi membeli kepada industri kerupuk terdekat kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir. Seiring permintaan kerupuk semakin meningkat Bapak Sulaiman berinisiatif membangun industri kerupuk sendiri dengan modal yang telah dikumpulkan dari hasil penjual kerupuk tersebut.

Salah satu industri milik Bapak Sulaiman mempunyai merek CAP DUA UDANG yang kini telah dibangun sejak tahun 1999 an, saat ini mempekerjakan 13 orang masing – masing mempunyai tugas dan saling mengisi di antaranya memasak, memotong, menjemur dan mengemas. Hampir setiap hari memproduksi kerupuk kecuali ketika turun hujan. Peran dari strategi yang digunakan oleh industri CAP DUA UDANG yang pertama mengandalkan kualitas produk pada rasa, aroma dan kegunaan ketika dikunyah. Apabila konsumen mengkonsumsi kerupuk tersebut seolah - olah memberikan kesan rasa yang berbeda jika dibandingkan dengan kerupuk poli yang lainnya tetapi industri CAP DUA UDANG hanya menjual produk kerupuk poli siap goreng (mentah) tapi dari segi keawetan tidak mampu bertahan lama jika dibandingkan dengan kerupuk poli lainnya. Mengandalkan harga yang bisa di jangkau oleh masyarakat dimana harga jual kerupuk poli CAP DUA UDANG Rp 17.000/Kg sedangkan harga jual kerupuk polia lainnya berkisar antaranya Rp 12.000 h hingga 15.000/Kg, Jika suatu produk mempunyai harga jual yang tinggi tentunya kualitas dari produk tersebut juga tinggi. Kerupuk CAP DUA UDANG disini mempunyai kualitas yang baik begitu pula dengan harganya yang lebih mahal. Penjualan yang dilakukan secara tidak langsung tetapi dalam penentuan lokasi penjualan kurang diperhatikan karena tempat tersebut agak jauh dari tempat perbelanjaan (kurang

strategis). Untuk promosinya industri CAP DUA UDANG hanya melalui informasi mulut kemulut hal itu tidak efektif, promosinya juga tidak menggunakan sales dan penyebaran penjualan hanya dalam lingkup kabupaten. Hal itu menyulitkan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk kerupuk CAP DUA UDANG tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono, 2008:25) “Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi dimensinya”

Harga

Menurut Alma (2011:196) “Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasalainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan”

Promosi

Menurut Tjiptono (2009:219) “Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”

Lokasi Penjualan

Menurut Buchari (2015) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”

METODE PENELITIAN

Jenisnya Penelitian

Jenis Penelitian Studi Deskriptif (*descriptive research*) merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* materi yang akan diteliti.

Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti menentukan tempat peneliti di Desa Gapura Barat Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep. waktu penelitian sejak tanggal 08 Mei 2019 hingga tanggal 26 Mei 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari kerupuk Poli Cap Dua Uang di Desa Gapura Barat, jumlah populasinya tak terhingga. Sampel di penelitian ini menggunakan teknik sampling *Random*. Teknik mengambil sample menggunakan "*Sampling Insidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang itu kebetulan cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85)". Sample pada penelitian ini adalah konsumen kerupuk Poli Cap Dua Uang di Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep. Penentuan jumlah sampel menggunakan metode multivariate yaitu jumlah anggota sampel 20 kali variabel yang diteliti (independen + dependen). Maka jumlah anggota sampel $20 \times 5 = 100$ responden. Dasar menentukan sampel dengan menanyakan pernah membeli dan pernah merasakan lebih dari satu kali kerupuk poli Cap Dua Uang.

Jenis dan Sumber Data.

Jenis data pada penelitian ini adalah Data fisik "merupakan benda berwujud yang menjadi bukti keberadaan atau kejadian masa lalu yang dikumpulkan melalui metoda observasi".

Sumber Data yang digunakan adalah Sumber data secara langsung berupa Struktur organisasi dan data penjualan industri kerupuk Poli Cap Dua Uang. hasil questioner yang diberikan pada konsumen kerupuk poli cap dua uang di

kecamatan gapura kabupaten sumenep. Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Pada penelitian ini sumber data sekunder berupa jurnal, buku, dan internet. Data skunder yang dimaksud berupa informasi mengenai variabel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dari pengertian pengumpulan data ialah keterangan, penatatan kejadian yang didapatkan selama kegiatan observasi yang dapat mendukung. Penelitian yang dilakukan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara (*interview*), angket (*quessionir*).

Variabel dan Defnisi Operasional Variabel

Dalam operasional variabel terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari kualitas produk(X1), harga(X2), Promosi(X3) dan lokasi penjualan(X3) sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian(Y).

Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS (*Statitikal Package Social Sciences*) versi 20 dengan beberapa uji antara lain:

1. Validitas dan reliabilitas

Pada pengujian.berikut ini dipergunakan agar mengetahui valid. juga tidaknya. dari stiap butir – butir pernyataan suatu (kuesionir/angket). SuatuI dataLdikatakan validEjika nilai rihitung lebihobeser darier tabela

UjikReliabelitas (kehandalan) merupakanl sebuah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang disusun dalam (kuesionir/angket). Metoda pengujian menggunakan *Cronbac Alpha*.

2. Uji Asumsi Klassik

Dari pengujian berikut ini terdapat berberapa langkah pengujian dintaranya normalitas, autokorelasi, multikolinieritas, linieritas, dan heterokedastisitas. Dari uji tersebut memiliki tujuan dan fungsi masing-masing.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda yaitu Analisis yang bertujuan untuk mencari tahu pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat(Y). Adapun persamaan dari uji analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1-\beta_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

X_4 = Lokasi Penjualan

e = Error / tingkat kesalahan

4. Uji hipotesis

Uji F di gunakan agar mengetahui pengaruh..dari ke empat varelbel bebas kepada varelbel terkait yaitu dengan membandingkan nilai Fhitung dengan F tabel. Tujuan dari uji t agar mengetahui pengaruh tingkat signifikan secara persial antar variabel bebas kepada variabel terikat.

5. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas(X) kepada variabel terikat(Y).

HASIL PENEITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Berikut ini adalah pengelompokan responden dengan beberapa jenis antara lain :

Tabel 1

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelaminnya

| No | Berkelamini | Jumlah | Persentase |
|--------------|---------------|------------|-------------|
| 1 | Laki laki | 39 | 39% |
| 2 | Perempuannyaa | 61 | 61% |
| Total | | 100 | 100% |

Sumber :Data pendukung olahan tahun 2019

Dari tabel 1 bisa diketahui jumlah dari respondin laki – laki sebanyak 39 orang (39%), dan jumlah responden perempuan sebanyak 61 orang (61%). Karakteristik responden kerupuk Poli Cap Dua Udang berdasarkan jenis kelamin dengan persentase paling tinggi adalah perempuan dengan frekuensi 61 orang (61%)

Tabel 2
Pengelompokan responden berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase |
|--------------|-----------------|------------|-------------|
| 1 | < 21 – 30 Tahun | 17 | 17% |
| 2 | 31 – 40 Tahun | 34 | 34% |
| 3 | 41 > Tahun | 49 | 49% |
| Total | | 100 | 100% |

Sumber :Data pendukung di olah tahun 2019.

Dari tabel 2 dapat terbukti jumlah dari responden usianya antar < 21 – 30 th sebanyak 17 manusia (17%), usia antara 30 – 40 tahun banyaknya 34 manusia (34%), dan usia antara 40 – 50 tahun sebanyak 49 manusia (49%). Karakteristik responden berdasarkan usia dengan persentase paling tinggi adalah 40 – >50 tahun dengan frekuensi 49 orang (49%).

Tabel 3
Pengelompokan responden berdasarkan jenis Pekerjaan

| No | Usia | Jumlah | Persentase |
|--------------|----------------------------|------------|-------------|
| 1 | Pegawai Negeri Sipil (PNS) | 11 | 11% |
| 2 | Wiraswasta | 72 | 72% |
| 3 | Pelajar / Mahasiswa | 17 | 17% |
| Total | | 100 | 100% |

Sumber: Data primer di olah tahun 2019

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 11 orang (11%), wiraswasta sebanyak 72 orang (72%), dan pelajar / mahasiswa sebanyak 17 orang (17%). Karakteristik responden berdasarkan pekerjann dengan persentase paling tinggi adalah wiraswasta dengan frekuensi 72 orang (72%), karena kebanyakan penduduk Gapura bekerja sebagai petani.

Tabel 4
Pengelompokan responden berdasarkan pendapatan

| No | Usia | Jumlah | Persentasei |
|--------------|-----------|------------|-------------|
| 1 | > 500.000 | 36 | 36% |
| 2. | < 500.000 | 64 | 64% |
| Total | | 100 | 100% |

Sumber :Data pendukung dikelolah tahun 2019

Pada tabel 4 di atas bisa dilihat pendapatan .responden > 500.000 sebanyak 36 orang (36%), dan pendapatan respondin < 500.000 sebanyak 64 orang (64%). Karakteristik responden kerupuk Poli Cap Dua Undang berdasarkan pendapatan dengan persentase paling timggi adalah < 500.00 dengan frekuensi 64 orang (64%).

Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | R Tabel | R hituung | Keterangan |
|---------------------------------|-----------|---------|-----------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | X1.1 | 0,1966 | 0,690 | Valid |
| | X1.2 | 0,1966 | 0,680 | Valid |
| | X1.3 | 0,1966 | 0,658 | Valid |
| | X1.4 | 0,1966 | 0,650 | Valid |
| | X1.5 | 0,1966 | 0,633 | Valid |
| Harga (X2) | X2.1 | 0,1966 | 0,632 | Valid |
| | X2.2 | 0,1966 | 0,616 | Valid |
| | X2.3 | 0,1966 | 0,501 | Valid |
| | X3.4 | 0,1966 | 0,482 | Valid |
| Promosi (X3) | X3.1 | 0,1966 | 0,524 | Valid |
| | X3.2 | 0,1966 | 0,610 | Valid |
| | X3.3 | 0,1966 | 0,624 | Valid |
| | X3.4 | 0,1966 | 0,663 | Valid |
| Lokasi Penjualan (X4) | X4.1 | 0,1966 | 0,648 | Valid |
| | X4.2 | 0,1966 | 0,685 | Valid |
| | X4.3 | 0,1966 | 0,753 | Valid |
| | X4.4 | 0,1966 | 0,616 | Valid |
| Keputusan Pembelian (X5) | Y1 | 0,1966 | 0,684 | Valid |
| | Y2 | 0,1966 | 0,582 | Valid |
| | Y3 | 0,1966 | 0, 615 | Valid |
| | Y4 | 0,1966 | 0, 652 | Valid |

Sumber : Data output SPSS 20

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa semua data yang diperoleh adalah valid. Hal itu bisa diketahui dengan membandingkan (Rhitung) yang melebihi nilai hitung pada (Rtabel), maka demikian kuesioner yang terdapat dalam seluruh variabel dinyatakan sudah valid sehingga bisa dipergunakan juga terpercaya dengan tujuan pengumpulan data penting pada penelitian ini.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------|------------------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | 0,850 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,758 | Reliabel |
| Promosi (X3) | 0,793 | Reliabel |
| Lokasi Penjualan (X4) | 0,841 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,814 | Reliabel |

Sumber : Data output SPSS 20

Berdasarkan di atas 6 dapat dilihat variabel (X1) memiliki nilainya koefisien "Cronbach's Alpha" sebesar 0,850, variabel (X2) sebesar 0,758, variabel (X3) sebesar 0,793, variabel (X4) sebesar 0,841, dan variabel (Y) sebesar 0,814, maka dari masing – masing variabel lebih besar dari pada 0,6 maka bisa dikatakan variabel dari instrumen. pernyataan yang digunakan pada penelitian ini sudah reliable.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-----------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Tolerance | VIF | |
| | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | 1,756 | 1,037 | ,215 | 1,694 | ,094 | | |
| | X1 | ,164 | ,078 | ,215 | 2,096 | ,039 | ,307 | 3,255 |
| | X2 | ,250 | ,090 | ,248 | 2,767 | ,007 | ,403 | 2,479 |
| | X3 | ,226 | ,102 | ,219 | 2,207 | ,030 | ,329 | 3,039 |
| | X4 | ,224 | ,094 | ,247 | 2,375 | ,020 | ,299 | 3,349 |

Sumber : Data output SPSS 20

Berdasarkan tabel 7 hasil uji Regresi Linier Berganda jika dirumuskan dalam rumus adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

$$Y = 1,756 + 0,164 X_1 + 0,250 X_2 + 0,226 X_3 + 0,224 X_4 + 0,05 + \epsilon$$

1. diketahui nilai konstanta sebesar 1,756 artinya apabila variabel independen (*Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Penjualan*) di abaikan atau di asumsikan 0 maka keputusan pembelian adalah 1,756 artinya sebelum atau tanpa adanya variabel independen (*Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Penjualan*) pada *Industry* kerupuk poli besarnya Keputusan pembelian adalah 1,756
2. Variabel kualitas produk (X_1) berhubungan dengan keputusan pembelian sebesar 0,164 artinya apabila kualitas produk (X_1) meningkat (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,164.
3. Variabel harga (X_2) berhubungan kepada keputusan pembelian besarnya 0,250 artinya apabila Harga (X_2) meningkat (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,250
4. Variabel promosi (X_3) berhubungan kepada keputusan pembelian besarnya 0,226 artinya apabila Promosi (X_3) meningkat (satu) satuan sedangkan yang dianggap variabel lainnya konstan maka, variabel keputusan (Y) langsung meningkat menjadi 0,226.
5. Variabel lokasi penjualan (X_4) berhubungan terhadap keinginan pembelian besarnya 0,224 artinya apabila lokasi penjualan (X_4) meningkat (satu) satuan sedangkan yang dianggap variabel lainnya konstan maka variabel keputusan (Y) langsung meningkat menjadi 0,224.

Hipotesis

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 477,327 | 4 | 119,332 | 53,567 | ,000 ^b |
| | Residual | 211,633 | 95 | 2,228 | | |
| | Total | 688,960 | 99 | | | |

Sumber : Data output SPSS 20

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F dapat diketahui nilai F hitung sebesar 53,567 kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,47. maka bisa diartikan bahwa variabel bebas mempengaruhi secara bersamaan kepada variabel terikat.

Tabel 9
Hasil Uji t

| Model | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1,756 | 1,037 | | 1,694 | ,094 | | |
| | X1 | ,164 | ,078 | ,215 | 2,096 | ,039 | ,307 | 3,255 |
| | X2 | ,250 | ,090 | ,248 | 2,767 | ,007 | ,403 | 2,479 |
| | X3 | ,226 | ,102 | ,219 | 2,207 | ,030 | ,329 | 3,039 |
| | X4 | ,224 | ,094 | ,247 | 2,375 | ,020 | ,299 | 3,349 |

Sumber Data output SPSSe20

Dilihat dari tabel 9 hasil uji t pada nilai t terdapat empat hipotesis yang akan diajukan dalam uji t diantarnya:

1. Uji t pertama H1 = sales lokation X1 mempengaruhi signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung sebesar $2,096 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,039 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak H2 diterima artinya kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Uji t kedua H2 = Harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung sebesar $2,767 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak H2 diterima artinya Harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Uji t ketiga H3 = Promosi(X₃) berpengaruh signifikan kepada Keputusan Pembelian(Y). Output regresi diketahui nilai t hitung sebesar $2,207 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,030 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak H2 diterima artinya Promosi (X₃) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Uji t keempat H4 tempat Penjualan (X₄) mempengaruhiii signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil regresi diketahui nilai thitung besarnya $2,375 > 1,985$ t.tabel dan.nilai Sig $0,020 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 tidak diterima H2 di terima maksudnya Lokasi Penjualan (X₄) mempengaruhi kepada keinginan Pembelian.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 10
Hasil Uji Determinasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,832 ^a | ,693 | ,680 | 1,493 | 2,216 |

Sumber : Data output SPSS 20

Berdasarkan tabel 10 hasil uji determinasi (R^2) diketahui nilai determinasi (R^2) besarnya 0,680 maka bisa diartikan bahwasanya kemampuan variabel bebas Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3) dan Lokasi Penjualan (X_4) kepada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 680% dan 320% dijelaskan oleh variabel yang sengaja tidak diteliti

Pembahasan

1. Pengaruhnya Kualitas Produk Pada Keinginan Pembeli

Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung sebesar $2,096 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,039 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak H_2 diterima artinya kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka kualitas kerupuk yang tidak mampu bertahan terlalu lama mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri kerupuk poli cap dua undang.

2. Pengaruhnya Harga Kepada Keinginan Pembeli

Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung se besar $2,767 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak H_2 diterima artinya Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka penetapan harga jual kerupuk poli cap dua undang dengan harga Rp 17.000 yang cenderung lebih mahal sehingga keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung sebesar $2,207 > 1,985$ t tabel dan nilai Sig $0,030 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak H_2 diterima artinya Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4. Pengaruhnya Lokasi Penjualan Kepada Ketentuan Keputusan

Dari hasil regresi diketahui nilai t hitung besarnya $2,375 > 1,985$ t Tabel juga pada sig $0,020 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak H_2 diterima artinya Lokasi Penjualan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka penentuan lokasi penjualan yang jauh dari tempat perbelanjaan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri kerupuk poli cap dua undang.

PENUTUPAN

Simpulan

Dari hasil pembahasan pada penelitian yang diperoleh antara pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi penjualan kepada keputusan pembelian pada industri kerupuk poli cap dua udang di kecamatan gapura kabupaten sumenep dari itu bisa diambil kesimpulannya antar lain:

1. Berdasarkan hasil uji persial (uji t) secara tidak bersamaan kualitas produk harga, promosi juga lokasi penjualan mempengaruhi signifikan kepada keputusan pembelian pada kerupuk poli cap dua udang. Terbukti dari hasil semua nilai t hitung besarnya lebih dari t tabel, hal itu juga diperkuat oleh hasil peneliti sebelumnya.
2. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) secara bersamaan kualitas produk harga, promosi juga lokasi penjualan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada kerupuk poli cap dua udang Hal itu terbukti semua nilai F hitung lebih sebesar dari F tabel, dan juga diperkuat oleh hasil peneliti yang sebelumnya.
3. Berdasarkan hasil pembahasan bisa dilihat masing – masing variabel independen yang paling banyak dipengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Itu terbuktikan dari hasil uji persial (uji t) dimana nilai t hitung dari variabel harga tertinggi.

Keterbatasan

Berdasarkan hal – hal yang dialami dala penelitian ini, maka peneliti menyampaikan keterbatasan sebagai berikut :

1. Kesulitan menemui pemilik industri pada saat jam kerja.
2. Kesulitan menghadapi responden yang meminta di bacakan saat diberikan kuesioner.
3. Terbatasnya waktu yang diberikan pada penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulannya bisadiketahui hasil pada penelitian, maka peneliti menyampaikan saran – saran yang mampu memberikan manfaat pada industri kerupuk poli cap dua udang mengenai kualitas produk, harga, promosi dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian. Adapun saran – saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut

1. Kualitas produk

Sebaiknya industri kerupuk poli cap dua udang harus mampu meningkatkan kualitas dan mengembangkan produknya karena dari segi rasa, kegunan dan kerenyahan mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan produk kerupuk lainnya

2. Harga

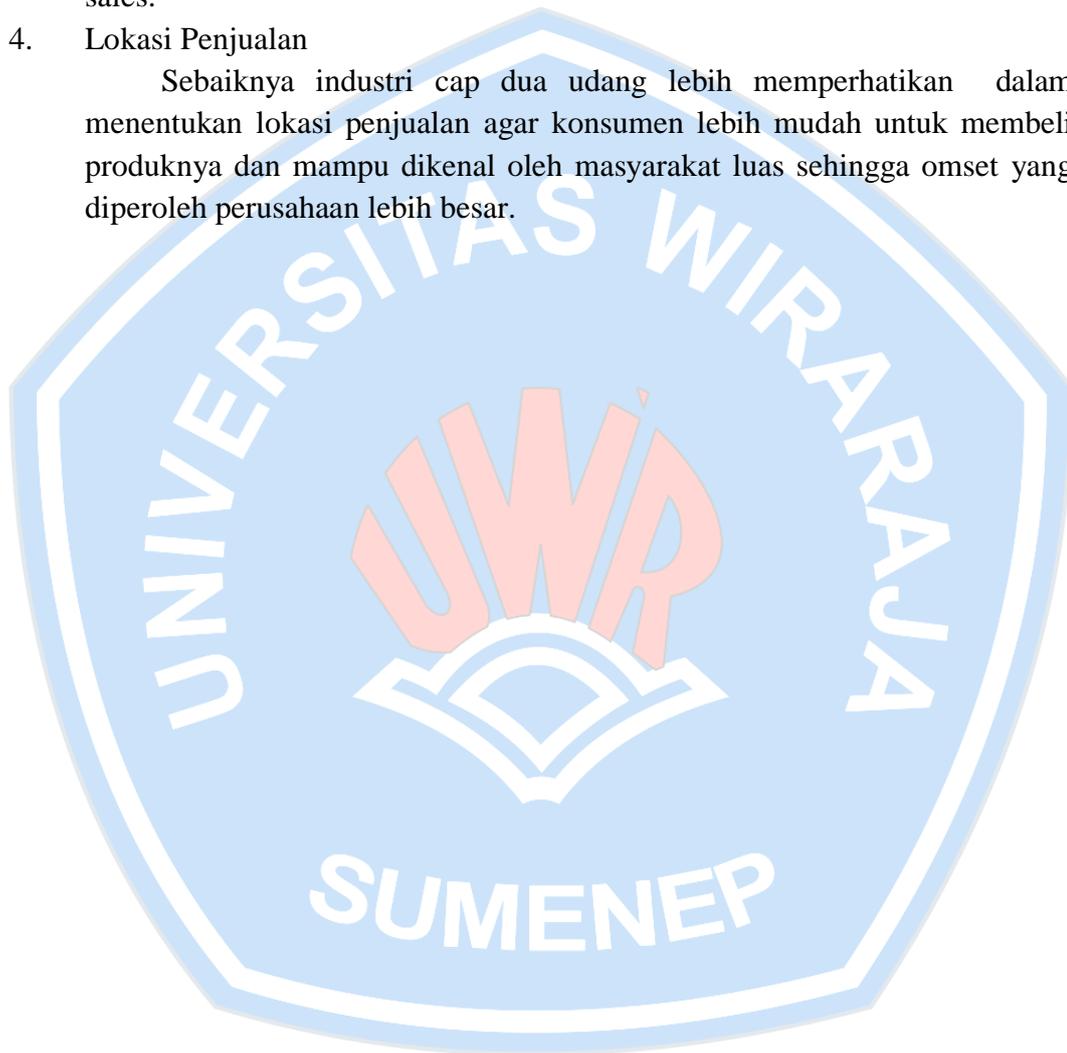
Sebaiknya industri kerupuk poli cap dua udang harus menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produknya agar harga jual dipasar tetap terjaga.

3. Promosi

Sebaiknya industri kerupuk poli cap dua udang mampu meningkatkan promosinya misalnya dengan melalui media internet atau menyediakan sales.

4. Lokasi Penjualan

Sebaiknya industri cap dua udang lebih memperhatikan dalam menentukan lokasi penjualan agar konsumen lebih mudah untuk membeli produknya dan mampu dikenal oleh masyarakat luas sehingga omset yang diperoleh perusahaan lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- Purnamasari, I.G.A Yulia., (2015) Pengaruh Kualitas Produk dan Herga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 *FASHION ONLINE* DI SINGARAJA. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP).Vol 5 No.1
- Putra, Giardo Permadi., Arifin, Zainul., &Sunarti., (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 48 No.1.
- Rares, Angelina., dan Jorie, Rotinsulu Jopie., (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko BENGKEL GAOEL MANADO TOWN SQUARE. Jurnal EMBA Vol.3 No.2.
- Sugiyono., (2017). METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung; Alfabeta.

