

The Influence Of Product Quality And Price On Purchase Decisions In Three Brothers Sop Leg Kambing Karawang MSMES

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing Karawang

Indra Rukmana^{1*}, Citra Savitri², Wike Pertiwi³

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

mn18.indrarukmana@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, citra.savitri@ubpkarawang.ac.id²

wike.pertiwi@ubpkarawang.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The income of Tiga Saudara MSME for the period 2018 to 2022 has fluctuated which has a tendency towards decline, it can be concluded that the sales system carried out by MSME Tiga Saudara Sop Kaki Kambing is still not optimal. This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions Tiga Saudara Sop Kaki Kambing MSME. This type of research is quantitative research. The sampling technique in this study used Sample Random Sampling. In this study population is not known for sure. The sample size was taken using the Hair formula because the population size is not known with certainty. The samples taken were 91 respondents. The results showed that the Product Quality Variable had no significant effect on Purchase Decisions at Tiga Saudara Sop Kaki Kambing MSME. The price variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction in Tiga Saudara Sop Kaki Kambing MSME. Product Quality Variables and Price Variables simultaneously influence Purchasing Decisions at Tiga Saudara Sop Kaki Kambing MSME. Therefore, if the MSME Tiga Saudara Sop Kaki Kambing is able to combine product quality and price well, it is likely that consumers will be able to increase purchasing decisions.

Keywords : Product quality, Price, Tiga Saudara Purchase decision

ABSTRAK

Pendapatan UMKM Tiga Saudara periode 2018 sampai 2022 mengalami fluktuasi yang memiliki kecenderungan kearah penurunan, dapat disimpulkan bahwa masih kurang optimalnya sistem penjualan yang dilakukan oleh UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing Karawang. Metode penelitian adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Sample Random Sampling*. Pada populasi penelitian ini tidak diketahui pasti. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Sampel yang diambil sebanyak 91 responden. Hasil penelitian menunjukkan Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing. Variabel Kualitas Produk dan variabel Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing. Oleh karena itu jika UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing mampu mengkombinasikan kualitas produk dan harga dengan baik maka kemungkinan besar dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian UMKM Tiga Saudara,

1. Pendahuluan

Pada kondisi saat ini sudah banyak UMKM yang bermunculan khususnya UMKM kuliner dengan beragam menu makanan yang dibuat untuk orang Indonesia dan memiliki kualitas yang tidak kalah saing. Hal demikian membuat persaingan antar UMKM pun semakin ketat, hal ini dapat dilihat dari persaingan harga dan persaingan dalam membuat produk-produk makanan baru dengan kualitas yang sama baik pula yang secara tidak langsung akan membingungkan

konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli produk tersebut. Sehingga setiap UMKM berusaha keras dengan segala cara dan strategi untuk menarik dan merebut simpati calon pembeli.

Kebanyakan usaha atau Industri Skala Mikro Kecil (IMK) Indonesia didominasi oleh usaha/sector makanan. Berdasarkan BPS, jumlah IMK bagian makanan mendekati 1,51 juta bagian usaha pada tahun 2020 (BPS, 2020). Karawang adalah salah satu daerah/kota di Jawa Barat dengan perekonomian yang lebih maju ketimbang dengan daerah/kota lainnya. Keadaan ini kelihatan dari angka penghasilan dalam negeri bruto kawasan buat kawasan yang mendekati Rp. 163.74556 miliar pada 2019. (Wicaksono, Rachma, 2019)

Berlandaskan bagan diatas membuktikan kalau Omset UMKM Tiga Saudara priode 2018 hingga 2022 mendapati instabilitas yang mempunyai kecendrungan ke arah penyusutan Pada Tahun 2021 Terjadi ekskalasi Omset ialah Rp. 324.000.000. Dari informasi yang disediakan pada tabel 1 bisa disimpulkan kalau sedang kurang optimalnya sistem pemasaran yang dijalani oleh UMKM Tiga Saudara Sop Tungkai Kaki Kambing, keadaan itu bisa diakibatkan oleh efek kualitas produk serta penentuan harga yang boleh jadi kurang sesuai dengan pelanggan..

Tabel 1. Data Pendapatan Tahunan 2018 sampai 2022

Tahun	Pendapatan
2018	Rp 372.000.000
2019	Rp 384.000.000
2020	Rp 336.000.000
2021	Rp 300.000.000
2022	Rp 324.000.000

Sumber : UMKM Tiga Saudara, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Omset UMKM Tiga Saudara priode 2018 sampai 2022 mengalami fluktuasi yang memiliki kecendrungan ke arah penurunan. Pada Tahun 2021 Terjadi kenaikan Omset yaitu Rp. 324.000.000. Dari data yang disajikan pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa masih kurang optimalnya sistem penjualan yang dilakukan oleh UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing, hal tersebut dapat dapat disebabkan oleh dampak kualitas produk dan penetapan harga yang mungkin kurang memuaskan bagi pelanggan.

UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing berdiri sejak tahun 2015. Usaha yang bergerak dibidang kuliner sop kambing. UMKM tiga saudara sop kaki kambing yang terletak di Jl. Kertabumi No. 1-23 Kecamatan Karawang Barat. Provinsi Jawa Barat. Merupakan jenis usaha kuliner yang menawarkan produk makanan, yang produknya bernama sop kaki kambing. UMKM Tiga Saudara sudah berdiri lebih dari 7 tahun. Dimana UMKM Tiga Saudara menawarkan produk Sop kakaki kambing kepada konsumennya khususnya Kertabumi, Kota Karawang. Prospek pasar di bidang usaha kuliner sejenis ternyata terbuka begitu luas. Selain UMKM tiga saudara, ada pesaing yang serupa.

Kualitas produk, produk sop kaki kambing UMKM Tiga Saudara memiliki harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, selain itu banyak juga pesaing serupa yang menjual sop kaki kambing dengan kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif. Hal ini dapat mempengaruhi pendapatan UMKM Tiga Saudara sop kaki kambing. Cara Mempertahankan konsumennya adalah dengan meningkatkan kualitas produknya (Jethro & Desiana, 2020).

Harga yang ditawarkan UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing relatif terjangkau hanya Rp 25.000. Ada beberapa konsumen juga berpendapat produk yang mahal yaitu produk yang berkualitas, meskipun UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing selalu mengutamakan kualitasnya namun harga yang ditawarkan terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang ditetapkan oleh UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing diharapkan dapat meningkatkan pembelian, harga menurut (Defi et al., 2022) merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan dari seseorang untuk membeli.

Keputusan pembelian adalah langkah evaluasi yang membuat para pelanggan menata daftar tingkatan produk dalam tingkatan pilihannya dimana langkah evaluasi itu akan menciptakan ambisi pembelian, alhasil pelanggan akan membeli benda yang teramat mereka sukai. Keputusan konsumen adalah kelakuan yang tertuju bagi orang-orang yang mengagendakan membeli barang-barang serta pelayanan dalam melengkapi kebutuhannya. Bagi produsen, keputusan pembelian adalah estimasi yang cukup penting untuk dicermati sebab kekalahan mencari informasi dari pelanggan akan mempengaruhi berhasil ataupun tidaknya pemasaran produk yang mereka menghasilkan serta menjaga pelanggan (Farhanah et al., 2021)

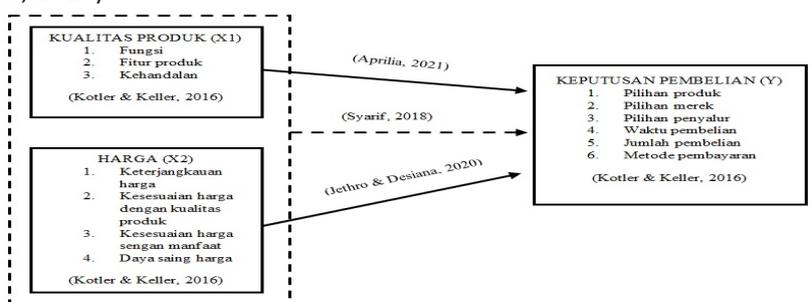
Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Farhanah et al., 2021) yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo”. Penelitian yang dilakukan oleh (Maharan, 2019) yang berjudul “pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian pizza hut”. Hasil penelitian di atas menunjukkan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Ismayana & Hayati, 2018) yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik pixy” keputusan membeli dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Oleh karena itu, penulis berpendapat sangat penting untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing Karawang.

2. Tinjauan Pustaka

Kotler & Keller, (2016) dalam (Budiarti, 2021) menyatakan bahwa ciri suatu produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan adalah kualitasnya. Menurut definisi di atas, kualitas suatu produk didasarkan pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas produk meliputi: Fitur produk, kinerja, dan ketergantungan (Aprilia, 2021).

Harga menurut Kotler & Keller, (2016) dalam (Anindya, 2020) Jumlah nilai tukar konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan dan jumlah uang yang dikenakan untuk itu disebut sebagai harga. Beberapa indikator harga adalah: kesesuaian harga dengan manfaat, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga (Maharan, 2019).

Keputusan Pembelian Menurut (Handoko, 2017) dalam (Pradesta et al., 2017) bisa diartikan sebagai satu pendekatan penanganan permasalahan pada aktivitas orang buat membeli sesuatu produk ataupun pelayanan dalam melengkapi kemauan serta kebutuhannya yang terdiri dari identifikasi kepentingan serta kemauan. Indeks keputusan pembelian diantaranya: Pilihan produk, opsi merk opsi agen durasi pembelian, jumlah pembelian, serta cara pembayaran (Kotler & Keller, 2016)



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keterangan :

- > : Secara Parsial
 - - - -> : Secara Simultan

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1. Kualias produk secara pasial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.
- H2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.
- H3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.

3. Metode Penelitian

Metode

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif (Sugiyono, 2016). Tempat di UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing yang beralamat di Jl. Kertabumi No.1-23. Kec. Karawang Barat, Jawa Barat. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen UMKM tiga saudara. Pemilihan lokasi penelitian dengan alasan sesuai studi kasus yang telah ditentukan. Waktu penelitian yang dilakukan berlangsung selama 4 bulan, dari bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2022.

Populasi, sampel dan teknik sampling

Populasi penelitian ini belum diketahui secara pasti rumus hari digunakan untuk mengukur ukuran sampel. Karena ketidakpastian seputar ukuran populasi, rumus hair digunakan. Menurut (Hair et al., 2014) bahwa ketika ukuran sampel melebihi 400, metode menjadi sangat sensitif, membuatnya sulit untuk mendapatkan pengukuran kesesuaian yang memuaskan. Akibatnya, indikator yang direkomendasikan harus dikalikan dengan minimal lima sampai sepuluh observasi.

sehingga jumlah keseluruhan indikator iadalah 13 buah dikali 7 ($13 \times 7 = 91$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah 91 orang yang merupakan konsumen Sop Kaki Kambing Tiga Saudara di UMKM. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode simple random sampling yaitu penyebaran kuesioner ke konsumen UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.

Analisis data

Analisa informasi yang dipakai bagi mencoba keabsahan/validitas serta reliabilitas instrument ialah program Statistical Program For Sosial Science (SPSS) model 25 yang terdiri dari percobaan validitas serta reliabilitas angket. Peralatan analisa yang dipakai ialah Analisa Regresi Linier Berganda, percobaan t serta percobaan F. Analisa ini dipakai buat mencari akibat antara Kualitas Produk (X1), harga (X2) kepada Keputusan Pembelian (Y).

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah suatu pertanyaan atau item penjelasan dapat digunakan untuk mendeskripsikan variabel. Terdapat lima belas item pertanyaan pada variabel kualitas produk. Ada 15 item dalam harga pertanyaan serta Keputusan pembelian terdiri dari 15 item pernyataan. Sehabis menjalani pengujian validitas bagi variabel-variabel di atas, barulah bisa dijalani pengujian reliabilitas. Pengumpulan keputusan reliabilitas sesuatu faktor ditetapkan dengan asumsi bila angka Cronch Alpha > 0,6 sehingga biji ataupun variable yang diawasi ialah reliabel. Hasil uji membuktikan angka alpha pada variable Kualitas Produk (X1), Harga (X2), serta Keputusan Pembelian (Y).

Dikatakan bahwa butir pertanyaan tentang variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah valid, karena rhitung > rtabel. Dari hasil uji reliabilitas

diatas menunjukkan bahwa semua variabel baik Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) adalah reliable karena mempunyai nilai Cronch Alpha > 0,6 (Maharan, 2019)

Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa iapakah sampel berasal dari populasi normal. Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) digunakan untuk uji normalitas dalam penelitian ini. Dimungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa data tidak berdistribusi normal jika tingkat signifikansinya kurang dari 0,05. Distribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 (Tobing & Setiawan, 2020).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.12674531
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.051
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah 2023

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov di atas menunjukkan bahwa nilai Sig (2-tailed) sebesar 0,200 sebenarnya lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa data secara keseluruhan dianggap berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melakukan pengajuan terhadap korelasi iantar variable independent apakah ditemukan dalam permodelan regresi. Tidak terjadinya korelasi antar variable independent menunjukkan model regresi tersebut baik. berikut merupakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan persyaratannya yang akan menunjukkan multikolinieritas data/informasi :

1. Bila VIF > 10 artinya ada masalah multikolinieritas.
2. Bila VIF < 10 artinya tidak ada masalah multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	28.995	7.034		4.122	.000		
Kualitas Produk	.163	.101	.163	1.608	.111	.995	1.005
Harga	.266	.102	.264	2.606	.011	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil coefficient pada tabel dilihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel kualitas produk dan untuk variabel harga yaitu 1,005. Ini berarti variabel tidak terdapat masalah multikolinieritas yang serius, karena hasilnya $1,005 < 10$.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud bagi melakukan pengujian ketidaksamaan variabel dari satu observasi residual ke observasi residual lainnya. Uji Glejser merupakan langkah awal dalam menentukan apakah ada heteroskedastisitas. Jika signifikansi lebih besar dari $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas; jika signifikansi lebih rendah dari $< 0,05$, terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.763	4.287		.878	.383
	Kualitas Produk	-.022	.062	-.038	-.358	.721
	Harga	.043	.062	.074	.694	.490

Sumber : Data diolah 2023

Terlihat dari tabel bahwa variabel Kualitas Produk X1 tidak mengalami heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 sebesar 0,721. Disimpulkan bahwa variabel Harga X2 tidak menunjukkan heteroskedastisitas meskipun nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 sebesar 0,490.

Uji regresi linier berganda

Uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah hasil pengolahan uji regresi linier berganda.

Tabel 6. Uji regresi linier berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.995	7.034		4.122	.000
	X1	.163	.101	.163	1.608	.111
	X2	.266	.102	.264	2.606	.011

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut :

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

$$Y = 28,995 + 0,163 + 0,266 + e$$

Berlandaskan penemuan hasil regresi, dapat difahami makna dari koefisien masing-masing faktor yaitu :

a = Konstanta sebesar 28,995 menerangkan jikalau variabel Kualitas Produk (X1) serta faktor Harga (X2) diduga konsisten sehingga Keputusan Pembelian Pelanggan UMKM Tiga Saudara akan positif.

b1 = 0,163 koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0,163 yang berarti bila Harga (X2) konsisten sehingga dengan terdapatnya kenaikan Kualitas Produk alhasil mengakibatkan keputusan pembelian positif.

b2 = 0,266 koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,266 yang berarti bila Kualitas Produk (X1) konsisten sehingga idengan terdapatnya kenaikan Harga alhasil mengakibatkan Keputusan Pembelian positif.

Uji (t) parsial

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.995	7.034		4.122	.000
	X1	.163	.101	.163	1.608	.111
	X2	.266	.102	.264	2.606	.011

Sumber : Data diolah 2023

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig. 0,111 > 0,05 dan nilai ttabel = $(\alpha/2 : n-k-1) = (0,05/2 : 91-2-1) = (0,025 : 88) = 1,987$. Berarti nilai thitung 1,608 < ttabel 1,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 berpengaruh tidak signifikan terhadap Y. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Farhanah et al., 2021).

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig. 0,011 < 0,05 dan nilai ttabel = $(\alpha/2 : n-k-1) = (0,05/2 : 91-2-1) = (0,025 : 88) = 1,987$. Berarti nilai thitung 2,606 > ttabel 1,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Syarif, 2018).

Uji (F) simultan

Tabel 8. Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	385.428	2	192.714	5.020	.009 ^b
	Residual	3378.331	88	38.390		
	Total	3763.758	90			

Sumber: Data diolah 2023

Dari nilai Fhitung Tabel 8 sebesar 5,020 dan Ftabel sebesar 3,10, dapat ditarik kesimpulan dari tabel sebelumnya bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Fakta bahwa nilai Sig sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05 pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara simultan (bersama-sama). Temuan penelitian ini mendukung pekerjaan yang dilakukan oleh (Ismayana & Hayati, 2018).

Uji koefisien determinasi (R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.667 ^a	.446	.433	6.79836	

Sumber : Data diolah 2023

Diketahui dari tabel keluaran SPSS "Model Summary" bahwa koefisien determinasi, atau R², memiliki nilai 0,446. Angka R² memiliki ukuran 0,446 atau 44,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh gabungan sebesar 44,6% secara simultan. Sebaliknya, 55,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dianalisis di luar persamaan variabel. Temuan penelitian ini mendukung pekerjaan yang dilakukan oleh (Farhanah et al., 2021).

Pembahasan

Dari penelitian di atas terlihat bahwa keputusan pembelian UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk. Artinya konsumen cenderung tidak melakukan pembelian karena kualitas produk masih di bawah harapan. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Farhanah et al., 2021). Pada dasarnya, pelanggan membeli sesuatu produk bukan cuma sekedar mau mempunyai produk itu. Pelanggan menyudahi buat melaksanakan pembelian sesuatu produk sebab produk itu mempunyai kualitas yang cocok dengan kemauan serta kebutuhannya.

Namun yang diinginkan konsumen terkait produk sop kaki kambing, yang dimana varian menu harus sesuai yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti sop kaki kambing yang di campur dengan jeroan tentu itu tidak sesuai yang diinginkan konsumen, dimana konsumen ingin produk tersebut dipisahkan. Seperti produk sop kaki kambing dan sop jeroan atau babat kambing yang dipisah, Hal tersebutlah yang diinginkan konsumen pada UMKM Tiga Saudara.

Dari hasil penelitian di atas harga diketahui berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing. Harga sop kaki kambing terjangkau dan dapat bersaing dengan produk lain, lebih ekonomis dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa harga sop kaki kambing sesuai berdasarkan harapan konsumen sehingga keputusan pembelian menjadi meningkat. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syarif, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian di atas, keputusan pembelian UMKM Three Brothers Sop Kaki Kambing dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk dan harga. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 44,6%. Sedangkan sisanya sebesar 55,4% merupakan variabel yang tidak diteliti. Oleh karena itu jika UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing mampu mengkombinasikan kualitas produk sop kaki kambing dan harga yang ditawarkan terjangkau hanya Rp 25.000 maka kemungkinan besar dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tobing & Setiawan, 2020).

5. Penutup

Kesimpulan

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kambing.
2. Kualitas produk berdasarkan dari hasil uji (t) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing sehingga hipotesis pertama ditolak.
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.
4. Harga berdasarkan hasil uji (t) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing Karawang, sehingga hipotesis kedua dapat diterima.
5. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing.
6. Berdasarkan hasil dari uji f diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh keputusan pembelian pada UMKM Tiga Saudara Sop Kaki Kambing, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima.

Daftar Pustaka

- Anindya, R. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian Pada "Sami Ramen."* 2(2).
- Aprilia, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City.* <https://ojs.jekobis.org/index.php/manajemen/article/view/160/146>
- BPS. (2020). *Industri Skala Mikro Kecil Indonesia.* <https://www.bps.go.id/publication/2022/03/04/a6375ea4a72374e3bedd0b00/profil-industri-mikro-dan-kecil-2020.html>
- Budiarti, A. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya).* 5. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/216/195>
- Defi, N. H., Mayvita, P. A., Ekonomi, F., Islam, U., Mab, K., Ekonomi, F., Islam, U., & Mab, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow pada Livi Cosmetic di Banjarmasin.*
- Farhanah, A., Marzuqi, A. M., Nahdlatul, U., Surakarta, U., Kualitas, V., & Membeli, K. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo.* 3(2).
- Hair, Joseph, F., & Wiliam, C. B. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7 edition). Pearson Education.
- Handoko, H. (2017). *Manajemen Perusahaan* (1st ed.). Yogyakarta Gajah Mada University Press.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung).* *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10. <http://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/30>
- Jethro, I., & Desiana, P. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glaive Waterless Car Wash.* *Performa*, 4(1), 163–170. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i1.1511>
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Edukation, Inc.
- Maharan, S. (2019). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian pizza hut.* 2(1), 10–22.
- Pradesta, R., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth sebagai Variabel Intervening.* *Journal of Management*, 3(3), 10.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syarif, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produ Lulur Madu Ibu Soraya.* 92–102.
- Tobing, O. H. L., & Setiawan, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Varian, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor).* 8(2).
- Wicaksono, Rachma, K. (2019). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.* 8(1).