

## **Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu**

**M Ahsanul Haq\***

**Budi Wahono\*\***

**Khalikussabir\*\***

**Email : [Khalwaniazmi16@gmail.com](mailto:Khalwaniazmi16@gmail.com)**

Universitas Islam Malang

### ***Abstract***

*This research was conducted to analyze and determine whether or not there is an influence of promotion, price and quality of a product on purchasing decisions. The population and sample in this study were 8 respondents who were consumers of pure cow's milk in Tlekung Junrejo Batu village. Questionnaire collection is the method used to obtain data in this research. The data analysis methods used in this research are Instrument Test, Normality Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Test, and Coefficient of Determination Test. SPSS was used to analyze this research process. Promotion, price and product quality have a positive and significant influence on the decision to purchase Pure Cow's Milk in Tlekung Junrejo Batu Village.*

***Keywords:*** *Promotion, Price, Product Quality, Purchasing Decision*

### **Pendahuluan**

Dunia bisnis sedang berkembang pesat. Dampak yang di timbulkan adalah persaingan bisnis yang semakin ketat. Semua pengusaha berlomba-lomba menciptakan inovasi produk yang unik. Akibat banyaknya produk-produk baru membuat konsumen semakin konsumtif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Mussry (2016:76) menyatakan bahwa kualitas produk umumnya dapat mempengaruhi loyalitas sehingga diketahui yang menjadi penyebab naik turunnya loyalitas yang mengakibatkan pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas produk. Dalam menciptakan produk penting sekali untuk menjaga dan mengetahui hasil akhir dari kualitas produk tersebut. Penelitian ini di lakukan berdasarkan pembahasan di atas dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Sapi Murni di Desa Tlekung Junrejo Batu

### **Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara pada permasalahan didalam melakukan penelitian hingga perlu di uji kebenarannya, maka dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini, antara lain :

H1 : Promosi, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H3 : Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H4 : Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif di gunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang dimana pengumpulan datanya menggunakan banyak angka.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung susu sapi murni di desa tlekung junrejo batu. Penelitian ini menggunakan rumus Malhotra. Dari sampel atau polulasi di atas di kalikan dengan jumlah indikator penelitian, dari seluruh jumlah variabel di atas diperoleh total indikator sebanyak =  $16 \times 5 = 80$  sampel.

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### Uji Normalitas 1

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04961837
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.066
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data hasil Output SPSS, 2023

Pengujian normalitas didapat nilai  $sig > 0,05$  berarti penelitian ini data yang digunakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel Uji Multikolinearitas**

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Promosi (X1)	0.735	1.361	Bebas Multikolineritas
2	Harga (X2)	0.988	1.012	Bebas Multikolineritas
3	Kualitas Produk (X3)	0.740	1.351	Bebas Multikolineritas

Sumber: Data Hasil Output SPSS 2023

Hasil dari tabel di atas variabel X1 nilai *tolerance*  $0,735 \geq 0,01$  dan nilai VIF nya  $1.361 \leq 10$ . Pada variabel X2 nilai *tolerance*  $0,988 \geq 0,01$  dan nilai VIF nya  $1.012 \leq 10$ . Pada variabel X3 nilai *tolerance*  $0,740 \geq 0,01$  dan nilai VIF nya  $1.351 \leq 10$ . Dapat di simpulkan tidak adanya keterkaitan antar variabel X.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel Heteroskedastisitas**

No.	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Promosi (X1)	0.372	Bebas Heterokedastisitas
2	Harga (X2)	0.720	Bebas Heterokedastisitas
3	Kualitas Produk (X3)	0.720	Bebas Heterokedastisitas

Sumber: Data Hasil Output SPSS 2023

Hasil diatas nilai signifikan variabel X1, X2, dan X3  $> 0,05$ . Disimpulkan semua variabel yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Uji F

Tabel Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.953	3	29.651	25.892	.000 <sup>b</sup>
	Residual	87.034	76	1.145		
	Total	175.988	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga, Promosi

Sumber: Data Hasil Output SPSS 2023

Hasil dari tabel di atas nilai *sig*  $0,000 < 0,05$ . Yang berarti adanya pengaruh secara simultan antar variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y.

### Uji T

Tabel Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.878	1.617		2.399	.019
	Promosi	.238	.074	.300	3.193	.002
	Harga	.183	.070	.244	2.622	.010
	Kualitas produk	.390	.071	.512	5.462	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Hasil Output SPSS, 2023

Sumber: Data Hasil Output SPSS 2023

Hasil analisa uji t di ketahui sebagai berikut :

1. Promosi  
Nilai signifikan variabel promosi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Disimpulkan Adanya pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian atau H2 diterima.
2. Harga  
Nilai signifikan variabel harga  $0,010 < 0,05$ . Disimpulkan Adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian atau H3 diterima.
3. Kualitas Produk  
Nilai signifikan kualitas produk sebesar  $0,000 < 0,05$ . Disimpulkan Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian atau H4 diterima.

## Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

### Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah apakah variabel Promosi, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu. Dari hasil penelitian di atas terdapat simpulan :

1. Variabel Promosi, Harga Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu berpengaruh secara simultan.
2. Keputusan Pembelian Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu di pengaruhi secara positif signifikan oleh variabel Promosi.
3. Keputusan Pembelian Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu di pengaruhi secara positif signifikan oleh variabel Harga.
4. Keputusan Pembelian Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu di pengaruhi secara positif signifikan oleh variabel Kualitas Produk.

### **Keterbatasan Penelitian**

Peneliti sudah semaksimal mungkin dan mengikuti sesuai prosedur ilmiah, namun penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan antara lain :

1. Variabel bebas dan terikat yang di gunakan peneliti terbatas.
2. Sampel yang di dapat penelit hanya 80 sampel Konsumen Susu Sapi Murni Didesa Tlekung Junrejo Batu.
3. Keterbatasan waktu, Peneliti hanya melakukan penelitian dalam waktu yang singkat yaitu tiga bulan.

### **Saran**

Masih banyaknya keterbatasan dari penelitian di atas sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki :

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan subjek dapat di kembangkan lagi.
2. Penggunaan metode penelitian dengan cara pengombinasian antrara wawancara dan kuisioner.
3. Memperbanyak variable penelitian dan mengembangkan objek penelitian.
4. Untuk peneliti selanjutnya
  - a. Penambahan populasi dan sampel untuk mendapatkan hasil yang berbeda dari penelitian ini.
  - b. Menambah variabel bebas pada penelitian selanjutnya supaya bisa menghasilkan penelitian yang lebih kuat dan akurat.
  - c. Mengembangkan pertanyaan pada kuesioner.

### **Referensi**

- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Priyono, Achmad A. 2015. Analisis Data Dengan SPSS. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Sugiyono. 2013. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” in Perpustakaan Universitas Gresik. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. Diana. 2016. Pemasaran Esensi Dan Aplikasi. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Winardi. 2010. Kepemimpinan Dan Manajemen. Jakarta: PT Rineka Cipta.

M Ahsanul Haq\* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono\*\* Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir\*\*\* Adalah Dosen Tetap FEB Unisma