

## FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS ANYAMAN ROTAN PADA OUTLET PASAR SENI SUKAWATI GIANYAR

I Wayan Meryawan<sup>1</sup>, I Gusti Agung Prabandari Tri Putri<sup>2</sup>, I Made Kartika<sup>3</sup>, Anak Agung Istri Indah Lestari<sup>4</sup>,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

<sup>1</sup>meryawan.feb@unr.ac.id

**Abstrak:** Pemenuhan kebutuhan tidak terlepas dari adanya proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki berbagai pertimbangan sebagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa. Pertimbangan yang sering dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan salah satunya harga dan kualitas dari produk atau jasa yang di tawarkan. Keputusan pembelian dalam penelitian ini muncul dari faktor harga dan kualitas produk. Lokasi penelitian bertempat di pasar seni sukawati sebagai tempat penjualan pusat kerajinan tas anyaman. Sampel penelitian dipilih berdasarkan metode *nonprobability sampling*, data dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*. Analisis data menggunakan software SPSS 23.0 berfokus pada analisis regresi linear berganda, uji t, uji F. Secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan pada outlet pasar seni Sukawati Gianyar. Hasil penelitian secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati.

**Kata kunci:** harga; kualitas produk; keputusan pembelian

**Abstract:** *Fulfillment of needs is inseparable from the decision-making process, consumers have various considerations as an option in meeting the needs of goods and services. Considerations that are often used as a basis in making decisions, one of which is the price and quality of the product or service offered. The purchase decision in this study arises from the factors of price and product quality. The research location is located in the sukawati art market as a place to sell wicker bag craft centers. The study sample was selected based on the nonprobability sampling method, data were collected by distributing questionnaires using the Likert scale. Data analysis using SPSS 23.0 software focuses on multiple linear regression analysis, t test, F test. The results of the simultaneous research on the price and quality of products had a positive and significant effect on the purchase decision of rattan woven bags at the Sukawati Art Market.*

**Keywords:** *Price, Quality of Product, Decision to Purchase*

### PENDAHULUAN

Penggabungan dari segala bentuk kegiatan yang saling berkaitan dalam pengetahuan tentang kebutuhan konsumen dalam hal *supply* dan *demand*, serta pertukaran jasa dan produk dengan nilai tertentu. Ditambah juga mengenai distribusi barang, promisi atas barangtersebut, pelanan yang berkaitan erat dengan harga disebut pemasaran (Oentoro, 2012). Menurut (Kartika et al., 2018) mengungkapkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diberikan perhatian yang sangat besar oleh pemerintah. Hal ini disebabkan UMKM dapat bertahan dari adanya krisis global.

Menurut (Tjiptono, 2008) menyatakan keputusan konsumen melakukan pembelian merupakan proses yang mana konsumen untuk mengidentifikasi

permasalahan yang dihadapi, dilanjutkan untuk mencari informasi lebih detail mengenai produk dengan merk tertentu, setelah itu akan diberikan penilaian apakah produk atau merek tersebut bersifat baik yang mengarah kepada pemecahan permasalahan dalam keputusan akhir konsumen melakukan pembelian. Ada lima step yang harus dilewati dalam proses keputusan pembelian yang dilewati oleh konsumen, tahap yang pertama merupakan identifikasi permasalahan, tahap kedua penelusuran informasi, tahapan ketiga penilaian atau evaluasi, tahap keempat yakni keputusan pembelian, serta tahap kelima yakni bagaimana perilaku konsumen setelah melakukan keputusan pembelian yang mana dimulai sejak awal dengan rentan waktu cukup lama sebelum pembelian secara nyata dilakukan dan berdampak cukup lama setelah hal itu (Keller & Kotler, 2012).

Salah satu hal yang menyebabkan konsumen harus membuat suatu keputusan sebelum membeli produk tersebut adalah harga. Harga didefinisikan sebagai jumlah hal yang dikorbankan (bentuk uang) yang dikeluarkan atas suatu produk atau jasa, atau sebagai jumlah dari nilai tukar oleh konsumen atas berbagai manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut (Keller & Kotler, 2012). Harga menjadi patokan oleh konsumen sebagai nilai yang berdampak akan manfaat dari barang atau jasa yang telah konsumen gunakan. (Oentoro, 2012) menambahkan harga dianggap seperti nilai (*value*) sebagai pembanding antara manfaat yang dirasakan dengan harga.

Selain harga sebagai faktor yang menyebabkan adanya keputusan pembelian, faktor kedua adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal-hal yang dapat ditawarkan produsen agar menjadi perhatian konsumen, diminati, diperhatikan, dicari, digunakan dan dikonsumsi sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan merupakan definisi kualitas produk yang diungkapkan oleh (Tjiptono, 2008). Kualitas produk menjadikan hubungan *feedback* antara konsumen dan perusahaan menjadi nyata. Penilaian konsumen menjadi peluang bagi suatu perusahaan untuk mempelajari dan memahami apa harapan dan kebutuhan konsumen mengenai suatu produk.

Pasar Seni Sukawati merupakan pasar seni terkenal dikalangan wisatawan jika berkunjung ke Pulau Bali. Pasar Seni Sukawati menjual berbagai aksesoris khas bali seperti gelang, patung, kamben, terutama tas anyaman. Selain menjual berbagai aksesoris, di Pasar Seni Sukawati juga menjual hasil karya para seniman daerah. Hal inilah yang menjadikan Pasar Seni Sukawati memiliki nilai unik, khas, dan tak mudah ditemui di wilayah Indonesia lainnya.

Oleh-oleh khas yang selalu dibawa pulang oleh para wisatawan adalah aksesoris khususnya tas anyaman rotan. Tas anyaman rotan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. Hal ini dikarenakan selain memiliki keunikan tersendiri, tas anyaman rotan juga memiliki berbagai bentuk aksesoris tas yang dapat menarik untuk dinikmati oleh konsumen.

Peneliti melakukan riset ke Pasar Seni Sukawati khususnya penjual tas anyaman rotan. Penjualan tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati dari tahun ke tahun tidak menentu jumlahnya. Target yang dipasang oleh penjual dari tahun 2016 – 2020 sebanyak 4.500 tas yang bisa terjual. Hasil yang diperoleh peneliti pada

tahun 2016 terjual sebanyak 4.600 tas. Tahun 2017 memiliki hasil yang sama dengan tahun sebelumnya terjual sejumlah 4.600 tas. Tahun berikutnya yakni 2018 mengalami penurunan penjualan sebesar 4.500 tas. Tahun 2019 terjual sebanyak 4.000 tas dan di tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup banyak sebesar 3.600 tas. Penjualan tas anyaman rotan yang mana realisasinya tidak menentu ini disebabkan beberapa kendala seperti susahya pengiriman bahan tas dari luar pulau dan rendahnya kualitas produk serta harga yang lebih mahal.

(Ivantan, 2020) mengungkapkan harga berpengaruh signifikan secara serempak maupun parsial pada kualitas produk sepatu olahraga merek Adidas di Bandar Lampung. (Andini & Ma'ruf, 2017) menunjukkan hasil yang sama dengan (Andini & Ma'ruf, 2017) bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian terhadap produk Citra HandBody Lotion. (MeiYunita, 2017) menyimpulkan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian akan menggunakan produk berupa manik-manik di Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. Pada tahun 2018, Lubis membahkan bukti empiris bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian surat kabar pada PT. Suara Barisan Hujan Harian Orbit Medan. (Tusa'adah, 2019) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Mebel Minimalis Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Desa Petekeyan Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara, hasil menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel minimalis di Sentra Kampoeng Jepara. (Buyung, 2016) menunjukkan hasil penelitian yang berbeda bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Semen Tiga Roda di Toko Lico.

Adanya hasil penelitian yang berbeda membuat peneliti untuk melakukan penelitian kembali mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan Pada Outlet Pasar Sukawati di Kabupaten Gianyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan pada Outlet Pasar Sukawati, untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan pada Outlet Pasar Sukawati, serta untuk mengetahui pengaruh secara simultan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan pada Outlet Pasar Sukawati. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian tas anyaman rotan.
- H<sub>2</sub>: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian tas anyaman rotan.
- H<sub>3</sub>: Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian tas anyaman rotan.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian terletak di Outlet Pasar Seni Sukawati Gianyar yang beralamat di Jalan Ciuang Wanara, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Alasan peneliti menggunakan lokasi penelitian di Pasar Seni Sukawati karena, sebagian besar pedagang yang menjual tas anyaman rotan terletak di pasar tersebut. Variabel harga merupakan variabel bebas ( $X_1$ ) yang menggunakan indikator variabel menurut (Kotler & Armstrong, 2012). Kualitas Produk juga merupakan variabel bebas ( $X_2$ ) dalam penelitian ini yang mana indikator dari variabel tersebut menggunakan dari (Tjiptono, 2008). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) dengan indikator yang diadaptasi dari (Kotler, 2002).

Populasi yang didefinisikan oleh (Sugiyono, 2017) merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli tas anyaman rotan pada tahun 2020 yang berjumlah 3.600 orang pada Outlet Pasar Seni Sukawati. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 97 orang (responden).

(Sugiyono, 2017) menjelaskan metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, pengamatan, serta pencaampuran antara wawancara, kuesioner, dan pengamatan. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* lima poin. Dengan menggunakan kuesioner, penelitian ini juga mengadakan uji instrument penelitian yakni uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis determinasi, analisis statistik uji t, dan analisis statistik uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Item pernyataan dari kuesioner dikatakan *valid* jika nilai koefisien korelasi (*pearson correlation*) lebih besar dari 0,30. Hasil uji validitas variabel Harga ( $X_1$ ), variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai *pearson correlation* semua variable diatas 0,30 sehingga semua variable dinyatakan valid, sehingga semua variable layak untuk di gunakan pada penelitian ini. Hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai reliable jika criteria masing-masing variabel memiliki *Croanbach's Alpha* > 0,70. Hasil uji realibilitas pada penelitian dari variable yang digunakan memiliki nilai cronbach's alpha diatas 0,70 sehingga variable penelitian dinyatakan memnuhi syarat dalam penelitian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 1

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Predicted Value
N		97
Normal Parameters*	Mean	18.4329897
	Std. Deviation	.43876551
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.232
Asymp. Sig (2-tailed)		0,96

Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021

Nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1.232 dengan asymp.sig. 0.96 > = lebih besar dari nilai 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 dapat dinyatakan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	.995	1.005
Kualitas Produk (X2)	.995	1.005

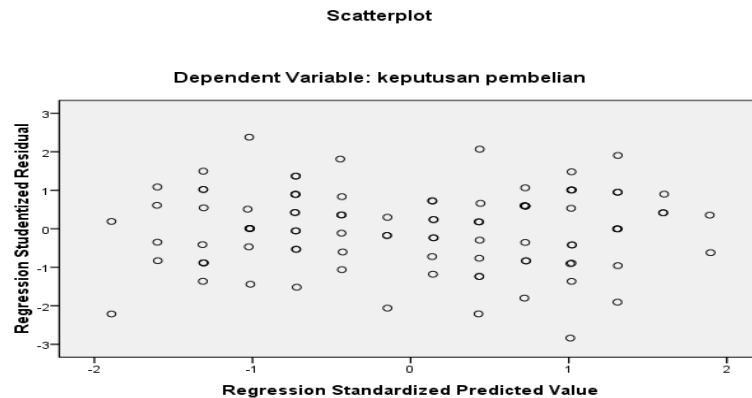
Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021

Tabel 4 menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang dilihat dari nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 serta nilai hasil uji VIF variabel bebas lebih kecil dari 10. Hal ini membuktikan bahwa variabel bebas tidak terdeteksi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat apakah sebuah model regresi mengalami ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka harus dilakukan uji heteroskedastisitas. Kondisi yang harus dihindari ketika

terjadi kesamaan antar varians pengamatan yang satu dengan pengamatan lainnya disebut homoskedastisitas dan yang diharapkan peneliti adalah kondisi Heteroskedastisitas. Hasil grafik Scatterplot, menunjukkan bahwa persebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residulnya tidak membentuk suatu pola yang pasti, atau terjadi persebaran yang tidak menggerombol membentuk suatu pola yang teratur. Gambar 1 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas.



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Sumber: Olah data SPSS 25.0 for Windows, 2021**

Gambar 1 menjelaskan bahwa tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 5 berikut dibawah ini:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.989	2.406		7.892	.000
Harga ( $X_1$ )	.127	.069	.187	1.846	.048
Kualitas Produk ( $X_2$ )	.129	.138	.094	1.933	0.33

*a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian*  
*Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021*

Tabel 5 dapat menjelaskan bahwa hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien variabel harga sebesar 0.127, untuk variabel kualitas produk

sebesar 0.129, dengan konstanta sebesar 18.989 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 18.989 + 0.127X_1 + 0.129X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa:

$\alpha = 27,924$  artinya: nilai koefisien konstanta sebesar 18.989 menunjukkan bahwa jika nilai variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) sebesar nol, maka nilai dari  $Y$  sebesar 18.989.

$\beta X_1 = 0.127$  artinya: jika nilai harga naik sebesar 0,127 maka keputusan pembelian meningkat sebesar 12.7%.

$\beta X_2 = 0.129$  artinya: jika nilai kualitas produk sebesar 0,129 maka nilai keputusan pembelian meningkat sebesar 12.9%.

Persamaan di atas mampu menjelaskan hubungan variabel independen dan dependen yaitu pengaruh variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah positif. Koefisien regresi yang bertanda positif mengartikan pengaruh searah, artinya jika Harga dan Kualitas Produk meningkat, maka akan diikuti oleh meningkatnya Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan di Pasar Seni Sukawati.

#### e. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi memiliki fungsi menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel bebas (Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Determinasi**

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	.604 <sup>a</sup>	.441	.421	2.13216

Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021

Tabel 4 menyatakan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 42,1%, sedangkan 57,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan arti bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan untuk membeli produk barang di Pasar Seni Sukawati.

#### f. Analisis Statistik Uji t (t-test)

Uji ini digunakan untuk membuktikan bahwa apakah Harga dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh pada Keputusan Pembelian. Hasil uji ini tertera pada Tabel 7

**Tabel 5**  
**Uji Signifikan Parsial (t-test)**

Variabel	t hitung	Sig.
Harga	1.846	0,000
Kualitas Produk	1.933	0,048

Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021

Tabel 5 menjelaskan bahwa  $t_{1 \text{ hitung}}$  sebesar 1.846 lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.622 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) serta berpengaruh secara signifikan. Nilai  $t_{2 \text{ hitung}}$  (1.933)  $> t_{\text{tabel}}$  (1.622) dengan tingkat signifikansi  $0,048 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

#### g. Analisis Statistik Uji F

Analisis statistik uji F diperlukan untuk menguji seluruh variabel bebas variabel memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (simultan). Hasil uji hipotesis menggunakan uji statistik F (F-test) dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Signifikan Simultan (F-test)**  
**Pada tabel ANOVA**

Model	F	Sig.
1	23.133	.037 <sup>a</sup>
Regression		
Residual Total		

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS 23.0 for Windows, 2021

Tabel 6 dapat diketahui F hitung (23.133)  $>$  F tabel (3.10) dengan nilai signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara simultan memiliki arah positif dan mempunyai signifikansi pada variabel terikat ( $Y$ ).

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan

Harga merupakan hal utama yang mempengaruhi perilaku seseorang saat akan memutuskan untuk membeli atau tidak suatu barang dagangan. Harga merupakan salah satu pertimbangan khusus ketika konsumen



memutuskan membeli suatu produk maka dari itu tinggi rendahnya suatu produk menjadi suatu perhatian utama bagi konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan harga yang harus dibayarkan dengan produk yang akan dibeli jika dirasa cocok maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati. Harga yang ditawarkan oleh penjual atas produknya yaitu tas anyaman rotan dianggap terjangkau, memberikan manfaat sesuai jumlah uang yang dikeluarkan, dan dirasa lebih murah dibandingkan produk tas pesaing lainnya. (MeiYunita, 2017) dan (Lubis, 2018) sebelumnya telah memberikan hasil penelitian sejalan yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian. Semakin baik kualitas harga yang ditawarkan oleh penjual maka semakin pasti keputusan pembeli untuk membeli produk tersebut dalam hal ini tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan**

Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana barang yang akan dibeli dapat memenuhi kriteria yang diharapkan pembeli. Konsumen diberikan pilihan untuk membuat keputusan dalam membeli barang atau jasa saat konsumen benar-benar memerlukan barang tersebut. Bagi perusahaan dengan adanya kualitas produk merupakan suatu langkah yang baik dalam menarik seorang konsumen untuk memutuskan membeli barang atau jasa yang dihasilkan. Ketika konsumen merasa kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pada saat itu konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan saat konsumen sudah mendapat produk berkualitas yang cocok yang sesuai dengan kriterianya.

Penelitian milik (Tusa'adah, 2019) memberikan bukti empiris bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen mendukung hasil penelitian ini. Dalam penelitian ini yang dilakukan pada keputusan pembelian tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan fungsi yang diharapkan, produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, dan produk yang ditawarkan juga memiliki desain yang sesuai dengan harapan pembeli. Semakin baik kualitas produk tas anyaman rotan yang dipasarkan oleh penjual di Pasar Seni Sukawati maka pembeli tidak akan merasa ragu ketika memutuskan untuk membeli tas anyaman rotan tersebut.

## **3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh penjual serta kualitas produk yang menyertainya mempengaruhi persepsi konsumen yang akan membeli suatu produk. Ketika harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi dan memiliki kualitas produk yang dapat

bersaing maka dapat dipastikan konsumen melakukan pembelian atas produk itu. Harga mengacu pada seberapa banyak pengorbanan dalam melakukan transaksi pembelian produk dan kualitas produk mengacu pada seberapa jauh kualitas yang dapat ditawarkan oleh penjual sesuai dengan harapan konsumen.

Harga dan kualitas produk adalah suatu keselarasan antara sifat bawaan (harga) dan karakteristik (kualitas produk) yang nantinya menentukan sebesar apa keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau memberikan nilai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian milik (Ivantan, 2020) dan (Andini & Ma'ruf, 2017), dalam penelitian tersebut mengungkapkan secara serempak memiliki arah positif dan adanya signifikansi antara harga dengan kualitas pada keputusan pembelian

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh peneliti tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas anyaman rotan di Pasar Seni Sukawati, maka simpulan yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan di Pasar Seni Sukawati. Hal ini ditunjukkan semakin bagus harga yang ditawarkan maka konsumen semakin yakin akan membeli produk tersebut.
- 2) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan di Pasar Seni Sukawati. Memiliki arti bahwa dengan tingginya kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual maka konsumen dalam membuat keputusan pembelian semakin tinggi.
- 3) Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Rotan di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menandakan semakin baik harga yang ditawarkan disertai dengan produk yang berkualitas, maka tingkat kepuasan pembeliannya juga tinggi.

## SARAN

Berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai pelengkap hasil penelitian sebagai berikut:

- 1) Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini melihat nilai koefisien determinasi hanya sebesar 42,1 persen, yang artinya ada variabel lain yang lebih kuat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan satu lokasi penelitian, peneliti selanjutnya dapat menggunakan beberapa lokasi penelitian untuk melihat apakah ada perbedaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada lokasi penelitian yang berbeda.

- 3) Bagi para pedagang di Pasar Seni Sukawati untuk meningkatkan niat membeli konsumen agar memperhatikan harga dan kualitas produk. Dalam hal harga agar memperhatikan pemberian harga spesial atau potongan harga saat ada konsumen yang menawar barang dagangannya. Dalam hal kualitas produk agar lebih memperhatikan keawetan kualitas tas anyaman rotan yang diproduksinya.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh narasumber yang telah membantu memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan tulisan ini.

#### REFERENSI

- Andini, D. B., & Ma'ruf, D. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Citra Handbody Lotion (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Buyung, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Ivantan, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(1), 64-72.
- Kartika, I. M., Darmawan, D. P., Windia, W., & Suardi, I. D. P. O. (2018). Marketing Function Development of Kopi Ser in Badung Regency. *Sumber*, 338, 279-446.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran edisi milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga: Jakarta. UIN Malang Press.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi penelitian*. Deepublish.
- MeiYunita, S. (2017). Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Manik-manik di Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).

Oentoro, D. (2012). Manajemen pemasaran modern. *Yogyakarta: Laksbang Pressindo.*

Sugiyono, F. X. (2017). *Instrumen Pengendalian Moneter: Operasi Pasar Terbuka* (Vol. 10). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi ke 3. *Yogyakarta: Andi.*

Tusa'adah. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Mebel Minimalis Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Sentra Kampoeng Sembada Ukir Jepara.*