

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO PADA KONSUMEN DI KECAMATAN SUKASADA

M.A.Wibawa¹, N.L.W. Sayang Telagawathi²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
e-mail: madearyawibawa27@undiksha.ac.id, wayan.sayang@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) harga terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk terhadap harga, (4) harga memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Kuantitatif kausal yang dijadikan desain dalam penelitian ini. Konsumen yang pernah membeli Teh Botol Sosro ialah subjek penelitian ini. Kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian yang menjadi objek dari penelitian ini. Sampel berjumlah 10 orang yang dipakai penelitian ini. Data dianalisis oleh analisis jalur yang dikumpulkan terlebih dahulu ialah data melalui kuesioner. Hasilnya dalam penelitian ini yaitu: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga, (4) harga memediasi parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada.

Kata kunci: harga, keputusan pembelian, kualitas produk.

Abstract

This study aims to examine the effect of (1) product quality on purchasing decisions, (2) price on purchasing decisions, (3) product quality on price, (4) price mediates the effect of product quality on purchasing decisions of Teh Botol Sosro on consumers in Sukasada District. . The research design used in this study is causal quantitative. The subject of this research is the consumers of Botol Sosro in Sukasada District. The object of this research is product quality, price and purchasing decisions. The sample used in this study amounted to 100 people. Data was collected by questionnaire which was analyzed by path analysis. The results obtained in this study are: (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) product quality has a positive and significant effect on prices, (4) prices mediate partial effect of product quality on purchasing decisions of Teh Botol Sosro on consumers in Sukasada District.

Keywords : price, product quality, purchasing decisions.

1. Pendahuluan

Masyarakat selalu memiliki kebutuhan yang banyak, diantaranya kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, serta kebutuhan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan dasar seseorang. Kebutuhan terhadap sandang, pangan, dan papan merupakan bagian dari kebutuhan primer. Kebutuhan yang mampu membuat masyarakat bertahan hidup yaitu kebutuhan terhadap pangan. Kebutuhan terhadap pangan yaitu masyarakat selalu membutuhkan makanan dan minuman setiap harinya, tanpa mendapatkan makanan dan minuman masyarakat tidak akan bisa bertahan hidup (Nailufar, 2020). Semakin berkembangnya keadaan di masyarakat menimbulkan sikap dari masyarakat yang selalu menginginkan kebutuhannya terpenuhi secara cepat dan instan. Keadaan seperti itu mengakibatkan sekarang ini banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan solusi atas kebutuhan dari masyarakat tersebut. Perusahaan yang saat ini mengalami persaingan yaitu perusahaan yang menjual teh dalam kemasan.

Beberapa tahun terakhir pasar minuman teh dalam kemasan terus mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Adapun keterangan dari data Nielsen Indonesia menyatakan pada tahun 2017 penjualan teh dalam kemasan mencapai Rp. 11,81 triliun,

kemudian periode selanjutnya pada tahun 2018 mengalami pertumbuhan mencapai Rp. 11,96 triliun dan sepanjang Januari – Agustus 2019 juga mengalami pertumbuhan mencapai Rp. 12,37 triliun (Bisnis.com, 2019). Dilihat dari adanya data tersebut membuat para perusahaan terus mengalami persaingan. Selain mengalami persaingan dengan perusahaan yang sudah ada, tantangan lainnya juga munculnya pesaing baru, sehingga membuat perusahaan harus benar-benar tepat dalam menentukan pasar sasarnya. Seperti halnya salah satu merek yang sudah tidak asing lagi yaitu Teh Botol Sosro. Perusahaan ini dulunya menguasai pangsa pasar produk teh dalam kemasan melebihi setengah dari jumlah keseluruhan pangsa pasar. Sehingga membuat Teh Botol Sosro berada pada tingkat sebagai market leader. Seiringnya waktu dan terdapat peluang yang menjanjikan dari industri ini menyebabkan adanya pemain baru yang tertarik ikut berperan dalam manisnya industri minuman teh dalam kemasan. Adanya hal tersebut membuat produk Teh Botol Sosro mulai tergeser oleh para pesaingnya yang terus menawarkan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya sehingga konsumen menjadi tertarik pada produk yang ditawarkan tersebut (Winosa, 2018).

Pangsa pasar Teh Botol Sosro terus menurun dari tahun 2016 hingga 2020. Pangsa pasar tahun 2016 mencapai 33,8%, tahun 2017 mencapai 32,0%, tahun 2018 mencapai 26,8%, tahun 2019 mencapai 21,2% dan pada tahun 2020 mencapai 17,5%. Pada tahun 2016 sampai 2017 walaupun Teh Botol Sosro mengalami penurunan namun masih tetap menguasai pangsa pasar dari para pesaingnya. Tahun 2018 sampai tahun 2020 Teh Botol Sosro sudah dikalahkan oleh pesainya yaitu Teh Pucuk Harum. Penurunan pangsa pasar tersebut terjadi karena turunnya tingkat keputusan pembelian para pembeli.

Penelitian ini mengambil tempat di Kecamatan Sukasada karena berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng pada tahun 2020 tentang jumlah penduduk setiap kecamatan di Kabupaten Buleleng, yaitu Kecamatan Sukasada menempati posisi ketiga dalam jumlah penduduk terbanyak di Kabupaten Buleleng. Setelah Kecamatan Buleleng pada urutan pertama dan urutan kedua yaitu Kecamatan Gerokgak. Selain itu wilayah Kecamatan Sukasada merupakan wilayah yang dilintasi oleh jalur penghubung antara Singaraja – Denpasar. Melalui hal tersebut maka terdapat keadaan dimana para pengendara yang melintasi jalur tersebut memungkinkan melaksanakan peristirahatan di wilayah Sukasada untuk menghilangkan dahaganya dalam melakukan perjalanan jauh. Pengendara melakukan cara dengan berhenti di warung, toko, ataupun minimarket yang ada di pinggir jalan untuk membeli minuman. Sehingga produk Teh Botol Sosro akan berpeluang dibeli oleh pengendara untuk melepas dahaganya. Hal tersebut akan berdampak pada keputusan pembelian produk Teh Botol Sosro di Kecamatan Sukasada.

Keputusan pembelian konsumen merupakan langkah akhir yang dilakukan seseorang dan kelompok pada saat melakukan pembelian suatu produk yang dibutuhkannya agar bisa digunakan (Kotler 2014: 184). Firmansyah & Mahardhika (2015), menyatakan ada empat variabel yaitu variabel produk, harga, distribusi, dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian. Joshua & Padmalia (2016), menyatakan kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Amilia & Asmara (2017), menyatakan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Amron (2018), menyatakan ada empat variabel yaitu kualitas produk, harga, kepercayaan merek, dan citra merek yang merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Bahari & Ashoer (2018), menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh psikologi, budaya, sosial, dan pribadi. Dapat disimpulkan variabel citra merek, harga, kualitas produk, kepercayaan merek, produk, distribusi, promosi, budaya, sosial, pribadi dan psikologi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Yang difokuskan penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas produk serta harga mempengaruhi suatu keputusan pembelian seorang pembeli, karena penelitian Amilia (2017) memperoleh hasil kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Sementara harga juga berpengaruh dominan pada penelitian Firmansyah & Mahardhika (2015).

Berdasarkan pendapat Kotler dan Armstrong (2008:347) menyatakan suatu kualitas produk yaitu keahlian sebuah barang untuk menjalankan kegunaannya yang mencakup ketangguhan, kekuatan, kesesuaian, kemudahan penggunaan dan pembenahan serta hal

lainnya (Kotler dan Amstrong 2008: 347). Jika suatu produk telah memenuhi kegunaan sesuai dengan yang diharapkan, maka produk tersebut merupakan produk berkualitas. Konsumen dalam membeli produk dipastikan menentukan produk yang tepat terhadap fungsinya, melalui pembelian produk tersebut maka diharapkan dapat memenuhi harapan yang diinginkannya. Jika menginginkan keputusan pembelian meningkat maka kualitas produk juga harus memiliki kualitas yang lebih baik atau meningkatkan kualitas produk tersebut.

Hasil penelitian Kaharu & Budiarti (2016) menyatakan bahwa yang memiliki pengaruh positif dengan keputusan pembelian ialah variabel kualitas produk. Penelitian yang dilakukan Yunita & Ali (2017), menyatakan hal yang sama. Namun yang didapat dari penelitian Pandensolang dan Tawas (2015), menyatakan bahwa yang keputusan pembelian dipengaruhi negatif oleh kualitas produk. Konsumen dalam menentukan keputusan pembelian yang menjadi pertimbangan penting yaitu kualitas produk itu sendiri, menurut (Kotler & Amstrong, 2008: 348) konsumen dapat memutuskan untuk melakukan suatu pembelian sebuah barang jika kualitas barang yang terdapat dalam produk tersebut baik. Produk Teh Botol Sosro telah melakukan perbaikan dari segi kualitasnya agar mampu bersaing. Hal yang dilakukan yaitu mengekstrak kandungan tannin pada the melalui proses penyeduhan menggunakan mesin extract tea hal ini bertujuan untuk meningkatkan mutu. Menurut ahli nutrisi Emilia Achmad. (Herpina, 2017) dengan penyeduhan tersebut dapat mencegah penyakit degenerative dan meningkatkan metabolisme tubuh. Selain hal tersebut produsen Teh Botol Sosro terus berkomitmen menjaga kualitasnya seperti memiliki perkebunan teh sendiri, menghasilkan rasa yang khas, dan tidak menggunakan pemanis buatan. Namun hal itu masih belum memperlihatkan kualitas yang baik di benak konsumen, sehingga konsumen masih kurang berminat untuk memutuskan untuk membeli produk. seperti terlihat pada data Top Brand Index yang memperlihatkan terjadinya penurunan pangsa pasar dikarenakan keputusan pembelian yang menurun. Selain kualitas produk yang menjadi suatu pertimbangan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian hal lain yang dipertimbangkan yaitu dari segi harga.

Menurut Kotler & Amstrong (2012: 345), harga merupakan total uang yang dibebankan untuk sebuah barang atau jasa, maupun total keseluruhan nilai untuk dibutuhkan kepada pembeli guna memperoleh manfaat dari mempunyai ataupun memakai sebuah barang maupun jasa. Dilihat dari pengertiannya maka harga merupakan atribut utama dalam suatu produk. Adanya harga maka konsumen dapat menentukan keputusannya untuk memutuskan pembelian terhadap barang atau jasa yang dibutuhkannya. Apakah nilai sebuah produk sesuai dengan harga yang akan dikeluarkan atau malah harga tidak sesuai terhadap nilai produk yang ditawarkan. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh produsen agar mampu memberikan harga sebuah produk yang sesuai dengan persepsi dari konsumen. Dapat dikatakan jika harga sebuah produk sesuai dengan nilai dari produk itu maka seorang konsumen memungkinkan memutuskan membeli sebuah produk. Penelitian dari Sahir dkk. (2016), megatakan bahwa yang memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian yaitu harga. Penelitian Lubis & Hidayat (2017), juga menyatakan hal yang serupa. Berbeda dengan penelitian Cahya (2015), megatakan bahwa yang memiliki pengaruh negatif dengan keputusan pembelian adalah harga. Melalui hasil survei peneliti lakukan terhadap harga dari produk minuman teh dalam kemasan yang menduduki posisi dua teratas yang dilakukan di Alfamart yang berlokasi di Lingkungan Bantang Banua Kecamatan Sukasada didapat harga sebagai berikut. Teh Botol Sosro kemasan 350 ml harga satuannya Rp. 3.500,00. Untuk harga Teh Pucuk Harum kemasan 350 ml harga satuannya Rp. 4.000,00. Dilihat dari perbandingan harga tersebut harga Teh Botol Sosro lebih murah dan dari hal lainnya seperti teh yang diproduksi juga tidak memakai pemanis buatan. Namun hal tersebut juga tetap kurang diminati oleh konsumen saat ini untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dari menurunnya pangsa pasar produk Teh Botol Sosro.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dan adanya perbedaan mengenai hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka judul penelitian ini adalah "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro pada Konsumen di Kecamatan Sukasada".. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut. (1)

Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (2) Harga terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (3) Kualitas produk terhadap harga Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (4) Harga memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada.

2. Metode

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini, kemudian penelitian kausal merupakan desain yang digunakan dalam penelitian ini. Desain kausal yaitu suatu penelitian yang mempunyai tujuan utamanya untuk memperlihatkan suatu hubungan yang berbentuk sebab akibat. (Sugiyono, 2014).

Subjek penelitian ini yaitu konsumen di Kecamatan Sukasada yang membeli Teh Botol Sosro. Sedangkan objeknya yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y). *Sampling incidental* ialah sampel penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut: (1) Konsumen di Kecamatan Sukasada yang membeli lebih dari satu kali Produk Teh Botol Sosro dan produk lainnya yang sejenis. (2) Dari berbagai macam kelompok masyarakat yang membeli produk Teh Botol Sosro, yang menjadi target responden yaitu konsumen yang berusia 20-45 tahun. Pemilihan berdasarkan usia dianggap dapat memahami pertanyaan peneliti.

Pencatatan dokumen dan metode kuesioner ialah yang digunakan dalam metode pengumpulan data penelitian ini. Pencatatan dokumen yaitu suatu cara pengumpulan data melalui perecantatan terkait data wilayah kecamatan Sukasada maupun data tentang produk Teh Botol Sosro, seperti data pangsa pasar dan data jumlah penduduk. Kuesioner penelitian harus memiliki syarat validitas dan reliabilitas, agar penelitian bisa valid atau akurat. Validnya suatu kuesioner apabila sesuatu yang akan diukur dapat diungkapkan oleh pernyataan kuesioner. Sedangkan alat yang digunakan untuk mengukur indikator suatu variable yaitu uji reliabilitas. Jika jawaban seseorang stabil maka suatu kuesioner dikatakan reliabel. Pengukuran *one shot* dilakukan untuk mengukur reliabilitas yang berarti pengukuran dilakukan sekali lalu hasilnya digunakan untuk mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Reliabelnya suatu variabel jika Cronbach Alpha > 0.60

Analisis jalur digunakan dalam analisis data penelitian ini. Menurut Sarwono (2007) analisis jalur yaitu sebuah cara menganalisa suatu hubungan sebab akibat dalam analisis regresi berganda apabila variabel bebas lainnya tidak hanya dapat secara langsung mempengaruhi variabel terikat, namun juga dapat secara tidak langsung. Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh total. Perhitungan analisis jalur pada penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) 24.0 for Windows*.

3. Hasil dan Pembahasan

Berlandaskan hasil uji statistik analisis jalur melalui program SPSS 24.0 for windows, sesuai Tabel 2. Mendapatkan suatu hasil $Pyx_1 = 0,485$ serta $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Artinya kualitas produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Pada Tabel 2. menunjukkan sumbangan pengaruh langsung kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,485 atau 48,5% sehingga besar sumbangan pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara total adalah 0,676 atau 67,6%.

Berlandaskan hasil uji statistik analisis jalur melalui program SPSS 24.0 for windows, sesuai Tabel 2. mendapatkan suatu hasil $Pyx_2 = 0,447$ serta $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Artinya harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Pada Tabel 2. menunjukkan sumbangan pengaruh langsung harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,447 atau 44,7%.

Berlandaskan hasil uji statistik analisis jalur melalui program SPSS 24.0 for windows, sesuai Tabel 2. mendapatkan suatu hasil $Px_2x_1 = 0,880$ serta $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$

sehingga keputusannya adalah menolak Ho. Ini artinya kualitas produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap harga (X2) Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Besar sumbangan pengaruh kualitas produk (X1) terhadap harga (X2) yaitu 0,880 atau 88,0%.

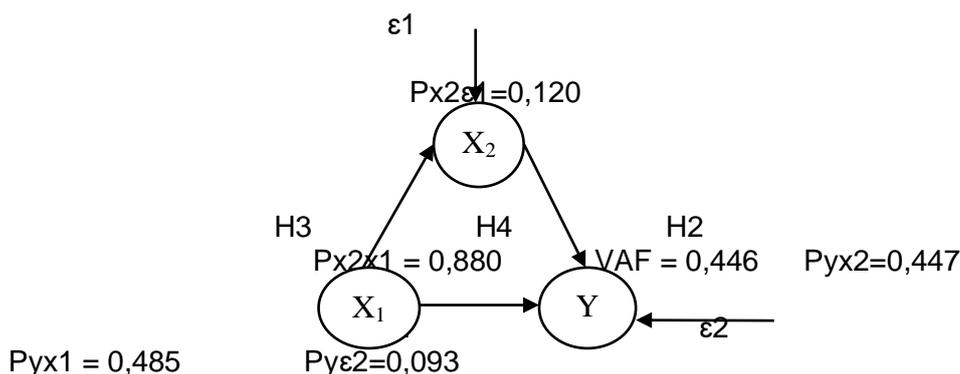
Berlandaskan hasil uji statistik analisis jalur melalui program SPSS 24.0 for windows, sesuai Tabel 2. mendapatkan suatu hasil $P_{x2x1} = 0,880$ dan $P_{yx2} = 0,447$ sehingga sumbangan pengaruh tidak langsung kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui harga (X2) didapat dari pengalian $P_{x2x1} \cdot P_{yx2}$ sehingga hasilnya sebesar 0,390 atau 39,0%.

Output SPSS analisis jalur pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Output SPSS analisis jalur pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Parameter	Koefisien	P-Value	Alpha (α)	Keputusan
R^2_{yx1x2}	0,907	0,000	0,05	Menolak Ho
P_{yx1}	0,485	0,001	0,05	Menolak Ho
P_{yx2}	0,447	0,000	0,05	Menolak Ho
P_{x2x1}	0,880	0,000	0,05	Menolak Ho
ϵ_1	0,120	-	-	-
ϵ_2	0,093	-	-	-

Struktur hubungan pada penelitian ini terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur hubungan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

Sumbangan pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada, terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Sumbangan pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Keterangan	Besar	Persentase
Besar pengaruh langsung X1 terhadap Y	0,485	48,5%
Besar pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui X2	0,390	39,0%
Besar pengaruh total X1 terhadap Y	0,676	67,6%
Besar pengaruh langsung X2 terhadap Y	0,447	44,7%
Besar pengaruh total X1 dan X2 terhadap Y	0,907	90,7%
Besar pengaruh lain terhadap Y	0,093	9,3%
Total	1,000	100%

Dilihat dari hasil yang diperoleh penelitian ini, maka didapat temuan variabel kualitas produk dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Sejalan terhadap teori yang disampaikan Rijswijk (2006), bahwa dalam memilih untuk memutuskan melakukan keputusan pembelian biasanya seorang konsumen memiliki persepsi positif terhadap kualitas produk. Serupa dengan teori Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan konsumen dapat memutuskan untuk melakukan keputusan untuk membeli sebuah barang jika kualitas yang terdapat dalam produk tersebut baik. Penelitian yang mendukung hasil penelitian ini yaitu Kaharu & Budiarti (2016), menyatakan bahwa yang mempengaruhi posisi pada keputusan pembelian ialah kualitas produk. Sehingga perusahaan yang memproduksi Teh Botol Sosro perlu memperhatikan kualitas produk guna meningkatkan keputusan pembelian.

Indikator pengukuran kualitas produk ada enam yaitu seperti berikut. (1) Kinerja, yaitu suatu kualitas produk yang mampu menjalankan kegunaannya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Contoh dari penerapan kinerja perusahaan yang memproduksi Teh Botol Sosro yaitu menghasilkan produk teh dalam kemasan dengan pemanis alami dan tanpa pemanis buatan, sehingga konsumen tidak takut dengan efek yang diakibatkan setelah mengkonsumsi Teh Botol Sosro. (2) reliabilitas, yaitu suatu kekuatan atau daya tahan produk selama digunakan.. Contoh dari penerapan reliabilitas produk Teh Botol Sosro yaitu saat dikonsumsi jika tidak habis dalam sekali konsumsi dapat disimpan di lemari pendingin sampai beberapa hari. (3) fitur, yaitu sebuah kegunaan tambahan dalam suatu produk yang menambah kelebihan produk. Contoh dari penerapan fitur produk Teh Botol Sosro ialah suatu kemasan dari Teh Botol Sosro memiliki ukuran yang bermacam sehingga konsumen dapat memilih sesuai kebutuhannya. (4) Keawetan, Pengukuran siklus produk dengan cara teknis atau waktu dilihat dari dimensi kualitas produk tersebut. Sebuah produk mampu dikatakan awet jika bisa tahan terhadap penggunaan berulang. Contoh dari penerapan keawetan produk Teh Botol Sosro yaitu Teh Botol Sosro dapat disimpan melalui kurun waktu yang lama, sehingga konsumen tidak takut produk akan kadaluarsa jika disimpan lama. (5) konsistensi, Memperlihatkan seberapa lama sebuah produk dapat mencapai pedoman atau detail tertentu. Sebuah produk yang memiliki konsistensi tinggi menyiratkan bahwa produk tersebut memiliki standar yang telah ditentukan. Contoh dari penerapan konsistensi produk Teh Botol Sosro yaitu dari waktu ke waktu Teh Botol Sosro selalu memiliki kualitas yang baik, sehingga dari awal kemunculannya sampai sekarang masih dapat bersaing dengan produk lain. (6) desain adalah suatu aspek yang kuat guna mendapat berpengaruh terhadap kepuasan pembeli maka dari itu suatu desain kemasan atau tampilan barang juga akan mempengaruhi kesan terhadap kualitas produk. Contoh dari penerapan desain produk Teh

Botol Sosro yaitu memiliki desain yang beragam maka bisa menarik keinginan konsumen untuk membeli produk Teh Botol Sosro. Berdasarkan keenam indikator tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penerapan perusahaan yang memproduksi Teh Botol Sosro telah dijalankan dengan baik sehingga keputusan pembelian akan dipengaruhi secara positif dari kualitas produk.

Penelitian selanjutnya diperoleh hasil variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Maka sejalan dengan teori yang disampaikan oleh (Mowen & Minor, 2008: 318). Harga yang sebanding dengan kegunaan yang terdapat pada sebuah produk, akan membuat konsumen lebih memilih melakukan keputusan pembelian kepada produk yang memiliki kesesuaian harga. Hal ini sejalan dengan penelitian Sahir dkk. (2016), bahwa keputusan pembelian dipengaruhi positif oleh harga.

Harga memiliki empat pengukuran melalui indikator diantaranya. (1) Keterjangkauan harga merupakan harga sebenarnya dari sebuah barang yang tersusun atas barang yang wajib dibayar oleh konsumen. Produk Teh Botol Sosro memiliki harga yang bisa dijangkau oleh mua kalangan, sehingga konsumen manapun dapat membeli produk Teh Botol Sosro. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Sebelumnya suatu harga yang tertera dalam suatu barang biasanya para konsumen sebelum memutuskan untuk pembeli konsumen telah mempertimbangkan situasi penghematan yang tepat. Selain hal tersebut, pembeli mampu memikirkan apakah barang yang dibelinya sesuai dengan harganya. Suatu harga dari Teh Botol Sosro sejalan dengan kualitas produknya. (3) Daya saing harga ialah dalam suatu jenis produk yang serupa berbeda penawaran harganya yang diberikan penjual atau pesaing. The Botol Sosro menawarkan harga yang dapat bersaing dengan para pesaingnya, dengan memberikan harga produknya sedikit lebih murah dengan pesaingnya namun tidak menjatuhkan harga pasar sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. (4) Kesesuaian harga dengan manfaat ialah bagian penentuan harga yang diselesaikan dari penjual sama dengan keuntungan yang didapat pelanggan dari barang yang dibelinya. Bagi konsumen Teh Botol Sosro memberikan harga produknya sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi Teh Botol Sosro, dengan rasa dan manfaat yang terkandung didalam produknya dan harga yang ditawarkan tidak mahal sehingga meyakinkan konsumen untuk membelinya.

Suatu penelitian pada pengaruh kualitas produk terhadap harga memperoleh hasil bahwa mendapat pengaruh positif serta signifikan dari kualitas produk terhadap harga Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. Hal ini sejalan dengan salah satu indikator harga menurut (Kotler, 2009) menyatakan bahwa kesesuaian harga terhadap kualitas produk, jika konsumen dalam pembelian sebuah barang menginginkan sebuah kualitas baik maka konsumen tidak akan keberatan melalui harga yang relative lebih mahal. Bagi konsumen harga produk Teh Botol Sosro sesuai dengan kualitas produknya. Dilihat dari manfaat yang dimiliki dari produk tersebut dan harga yang diberikan tidak mahal maka produk tersebut akan dianggap memuaskan oleh konsumen tersebut.

Hasil penelitian selanjutnya yang diperoleh yaitu harga memediasi parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. hal ini sejalan dengan teori (Setiadi, 2013: 107) yang menyatakan pada batas suatu harga yang diberikan pada suatu produk, konsumen kemungkinan memiliki ekspektasi harga yang tepat ialah harga yang menggambarkan kualitas barang. Sehingga kualitas produk sangat berkaitan erat dengan harga untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu dari jumlah variabel yang dipergunakan sedikit, diduga keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya juga. Bagi para peneliti lainnya diperlukan untuk mengembangkan dan memperluas penelitian ini melalui mengkaji suatu variabel untuk digunakan dan memperluas subjek dan objek dalam penelitian selanjutnya. Selain itu dalam penelitian ini sekedar melakukan pengamatan pada pembeli Teh Botol Sosro di Kecamatan Sukasada saja, sehingga penelitian ini belum bisa digeneralisasikan secara pasti ke tempat atau produk lain.

4. Simpulan dan Saran

Sesuai dengan hasil serta bahasan uraian di atas, maka bisa disimpulkan yaitu sebagai berikut: (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada. (4) Harga memediasi parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro pada konsumen di Kecamatan Sukasada.

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun beberapa saran yang diberikan yaitu sebagai berikut. (1) Bagi pihak produsen Teh Botol Sosro agar lebih optimal lagi dalam meningkatkan keputusan pembelian khususnya pada konsumen yang berada di Kecamatan Sukasada dengan cara menjaga dan meningkatkan kualitas produk Teh Botol Sosro dengan memperhatikan aspek pengukuran kinerja, keawetan, fitur, reliabilitas, konsistensi dan desain. Selain itu faktor lainnya seperti harga harus selalu dipertimbangkan terlebih dahulu agar dapat bersaing dipasaran serta menyesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan agar konsumen merasakan kepuasan atas harga yang dibayarkan sebanding pada kualitas yang dirasakan oleh konsumen, dengan demikian dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (2) Bagi peneliti selanjutnya, diperuntukkan pada peneliti yang berminat memperdalam tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian diperlukan untuk menambahkan jumlah sampel penelitian agar dapat mengetahui variabel lainnya yang kemungkinan berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Amilia, Suri & M. Oloan Asmara Nst. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No 1.
- Amron, Amron. 2018. The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, Vol 14, No 13 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e – ISSN 1857 – 7431.
- Bahari, Andi Faisal & Muhammad Ashoer. 2018. Pengaruh Budaya, Social, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Vol.5, No.1 (hlm. 69-78).
- Cahya, Eva. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series di Counter Insight Plaza Maria Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3 (2).
- Firmansyah, M Anang & Budi W. Mahardhika. 2015. Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Surabaya. *Jurnal Balance*, Vol. XII, No. 2.
- Joshua, Davin & Metta Padmalia. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Enterpreneur dan Enterpreneurship*, Volume 5, Nomor 1.
- Kaharu, Debora & Anindhyta Budiarti. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 3.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2014. *Principle of Marketing* 14 Edition. England : Person Education, inc
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Lubis, Desi Irana Dewi & Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1. pp. 15-24, ISSN 2355-1488.
- Mowen, Jhon C. & Michael Minor. 2008. *Consumer Behavior 6ed*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Pandensolang, Josiel Driand & Hendra N. Tawas. 2015. Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3, Hal.1113-1124
- Rijswijk, Wendy Van. 2006. Consumer Perceptions of Food Quality and Safety and Their Relation to Traceability. *Jurnal of Marketing*.
- Sahir, Syafrida Hafni, dkk. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.1, ISSN : 2407-2648.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Winosa, Yosi. 2018. "Berebut Manisnya Industri Minuman Teh dalam Kemasan". Tersedia pada: <https://www.wartaekonomi.co.id/read193618/berebut-manisnya-industri-minuman-teh-dalam-kemasan>. (diakses tanggal 13 Agustus).
- Yunita, Dian & Hapzi Ali. 2017. Model of Purchasing Decision (Renting) of Generatorvset: Analysis of Product Quality, Price, and Service at PT. Hartekprima Listrindo. *Sch J Econ Bus Manag*, 4(11):833-841.