

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN
PERSEDIAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAWANG MERAH DI PASAR GEDE
KLATEN**

Skripsi



Oleh:

Adi Wijaya

NIM 19120125

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adi Wijaya
NIM : 19120125
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persediaan terhadap Keputusan Pembelian Bawang Merah di Pasar Gede Klaten

Disetujui dan disahkan :

Hari : Senin
Tanggal : 02 Oktober 2023

Pembimbing



Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si

NIDN. 0004036901

Mengetahui,

Wakil Ketua 1 Bidang Akademik



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adi Wijaya
NIM : 19120125
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persediaan terhadap Keputusan Pembelian Bawang Merah di Pasar Gede Klaten

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi.

Pada Hari : Senin

Tanggal : 02 Oktober 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si

Anggota : Heny Kurnianingsih, S.E., M.M

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA, DAN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BWANG MERAH DI PASAR GEDE KLATEN

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 23 juli 2023

Yang memberi pernyataan



Adi Wijaya

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Life isn’t about finding yourself. Life is about creating yourself”

George Bernard Shaw

“If you don’t like the road you’re walking, start paving another one”

Dolly Parton

“Remember to always give your best in everything”

Adi Wijaya

Persembahan:

Untuk Ibu, Bapak, Keluarga, Pacar dan Sahabat yang tercinta,

Penulis mempersembahkan karya ini sebagai bentuk terima kasih atas kehadiran dan semua dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Tanpa kalian karya ini akan sulit tercapai.

Terima Kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persediaan terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Gede Klaten”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Dalam penelitian ini penulis mendapat banyak bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Primadia Putri Harmastuti, B.Acc., M.B.A. selaku Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Drs.Christiawan Hendratmoko,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, semangat, kritik dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Aditya Liliyan,S.M.B.,M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama penulis menempuh studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
5. Seluruh dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu, Bapak, dan keluarga yang terus memberi doa dan semangat tiada henti kepada penulis.
7. Teman-teman mahasiswa prodi Manajemen Angkatan 2019, yang telah memberikan pengalaman dan kerjasama selama perkuliahan.

Semoga doa dan semua kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam

penulisan skripsi ini. Maka, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kritik dan saran. Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viiviii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Pustaka	6
1. Pemasaran	6
2. Kualitas Produk.....	7
3. Harga.....	8
4. Persediaan	8
5. Keputusan Pembelian	9
B. Penelitian Terdahulu	11
C. Kerangka Pikir	13
D. Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	16

A. Jenis Penelitian.....	16
B. Tempat dan Waktu Penelitian	16
C. Sumber Data Penelitian.....	16
4. Populasi dan Sampel	177
5. Teknik Pengumpulan Data.....	18
6. Variabel Penelitian.....	19
7. Definisi Operasional	20
8. Teknik Analisis Data.....	22
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	25
1. Aspek Geografis	25
2. Perkembangan Ekonomi di Kabupaten Klaten	25
3. Perkembangan Pasar Gede Klaten.....	27
B. Deskripsi Responden	28
C. Analisis Data.....	30
1.Uji Instrumen Data.....	30
2.Uji Asumsi Klasik.....	32
3.Analisis Regresi Linier Berganda	34
4.Uji Hipotesis	36
D. Pembahasan	38
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	38
3. Pengaruh Persediaan terhadap Keputusan Pembelian	39
BAB V PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Skala Likert	16
Tabel 3. Variabel Penelitian	17
Tabel 4. Definisi Operasional	17
Tabel 5. PDRB Kabupaten Klaten	21
Tabel 6. Deskripsi Responden.....	23
Tabel 7. Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas	26
Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas	27
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	27
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	28
Tabel 13. Hasil Uji t.....	29
Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	12
Gambar 2. Pasar Gede Klaten Pasca Renovasi	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Kuesioner

- A. Identitas Responden
- B. Jawaban Responden

Lampiran 3. Hasil Olah Data

ABSTRAK

ADI WIJAYA, NIM 19.12.0125. 50 HALAMAN. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG MERAH DI PASAR GEDE KLATEN.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Gede Klaten, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan persediaan terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, teknik analisis yang digunakan yaitu (1) Uji instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas (2) Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dan (3) Uji Hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji-t dan uji koefisien determinasi. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yang berupa Kualitas Produk (X^1), Harga (X^2), Persediaan (X^3), serta Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (3) persediaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci; Kualitas Produk, Harga, Persediaan, Keputusan pembelian

ABSTRACT

ADI WIJAYA, NIM 19.12.0125. 50 PAGES. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SUPPLY ON ONION PURCHASING DECISIONS IN MARKET GEDE KLATEN.

This research was conducted at Gede Klaten Market, this study aims to analyze the effect of product quality, price and supply on the buying decision of shallots at Gede Klaten Market.

The sampling technique in this study was to use a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The data collection technique was through a questionnaire, the analysis technique used was (1) Data instrument test consisting of validity and reliability tests (2) Classical Assumptions test consisting of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test and (3) Hypothesis Test consisting of multiple linear regression analysis, t-test and coefficient of determination test. Data management in this study uses SPSS version 26. The variables in this study consist of independent variables in the form of Product Quality (X1), Price (X2), Inventory (X3), and Purchasing Decision (Y) as the dependent variable

Based on the results of this study indicate that: (1) Product quality has a significant effect on purchasing decisions, (2) Price has a significant effect on purchasing decisions (3) inventory has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Inventory, Purchase decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian merupakan salah satu saka guru kehidupan bangsa, perekonomian negara yang tangguh dan kokoh akan mampu menjamin kesejahteraan dan perkembangan rakyat. Salah satu hal penunjang perekonomian negara ialah kesejahteraan pasar, baik itu pasar barang dan jasa, pasar uang ataupun pasar tenaga kerja. Kesehatan pasar sangatlah bergantung pada mekanisme pasar yang bisa menciptakan tingkat harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat, apabila kondisi ini dalam keadaan wajar serta normal tanpa adanya pelanggaran maka harga akan stabil, namun jika terjadi persaingan yang tidak sehat maka keseimbangan harga pun terganggu dan yang akan terjadi pada akhirnya justru mengganggu permintaan dan penawaran yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini sangatlah berperan dengan meningkatnya para pebisnis pada sektor usaha mikro, kecil serta menengah. Hal ini pun akan berdampak pada peningkatan permintaan bahan baku produksi, seperti pada usaha kuliner atau makanan salah satu bahan baku utamanya ialah bawang merah. Fungsinya yang sebagai salah satu bahan baku utama dalam sebuah masakan atau kuliner dan merupakan salah satu rempah-rempah yang sangat sulit untuk digantikan membuat bawang merah menjadi salah satu bahan pokok yang harus ada dalam sebuah masakan khususnya masakan Indonesia yang kaya akan rempah, hal ini membuat permintaan dan penawaran cukup stabil walaupun harganya kadang naik turun karena beberapa faktor.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap bawang merah di pasar Klaten ialah kualitas produk itu sendiri, seperti yang kita tahu kualitas produk menjadi alasan utama akan keputusan pembelian karena produk yang dengan kualitas baik pasti akan mempengaruhi atas kegunaan, manfaat dan efisiensi akan penggunaan produk tersebut. Penelitian ini dilakukan karena terdapat

perbedaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Melly (2013), dkk dalam jurnal penelitiannya yang menyebutkan bahwa kualitas produk tidak begitu berpengaruh yang berarti terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Agus Wahid (2016) justru berbanding terbalik, dalam jurnal penelitiannya ia menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari itu peneliti memilih variabel kualitas produk sebagai variabel bebas yang pertama

Setelah dijelaskan mengenai kualitas produk dalam pembahasan diatas, maka pada poin ini akan menerangkan tentang harga. Apabila kualitas produk berhubungan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, maka harga adalah nilai yang harus dibayarkan untuk mendapat suatu produk tersebut. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil variabel harga yang ditawarkan oleh pedagang kepada konsumen dipasar Klaten.

Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan dan penawaran akan bawang merah ialah harga, harga merupakan salah satu aspek yang mampu mempengaruhi seseorang terhadap keputusan untuk melakukan pembelian, begitu juga dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fredy Wijaya (2017) menyatakan bahwa harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti halnya yang kita tahu bahwa Indonesia masih merupakan negara berkembang, untuk masalah harga mungkin bagi masyarakat menengah keatas tidak begitu terdampak terhadap keputusan pembelian namun bagi kebanyakan masyarakat menengah kebawah harga berperan besar terhadap keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu harga dipilih peneliti sebagai variabel bebas yang kedua.

Berikutnya setelah kualitas produk serta harga, peneliti memilih persediaan sebagai variabel bebas yang ketiga dikarenakan persediaan produk dapat mempengaruhi harga produk itu sendiri, dan juga persediaan produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian terhadap bawang merah di pasar Klaten, sebagai contoh saat musim panen bawang merah persediaanya meningkat pesat sedangkan harga produk menjadi lebih rendah karena adanya persediaan produk yang banyak, sedangkan saat belum memasuki musim panen persediaan produk

menjadi lebih sedikit namun dengan permintaan pembelian yang sama maka harga produk tersebut akan menjadi lebih tinggi, oleh karena itu kualitas produk, harga serta persediaan produk memiliki kaitan yang erat terhadap keputusan pembelian bawang merah di pasar Klaten.

Menurut Bulele (2016) ketersediaan produk merupakan kumpulan barang dagangan yang dipunyai pengecer, dan dalam penelitian oleh Saragih (2013) dalam penelitiannya ia menyebutkan jika ketersediaan barang turut menentukan kapan serta dimana konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, dalam hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Giarti & Syah (2017) serta Thirumalai & Sinta (2005) menunjukkan adanya ketimpangan hasil yang cukup signifikan mengenai kaitan antara ketersediaan produk dengan kepuasan pelanggan. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian.

Dari ketiga variabel diatas memiliki kaitan yang erat yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah di pasar Klaten, oleh sebab itu untuk membuat permintaan dan penawaran bawang merah di pasar Klaten tetap stabil maka para petani hingga para pedagang harus memahami minat beli masyarakat yang ada, pemahaman akan perilaku konsumen ini memungkinkan pemasar mampu mempengaruhi keputusan pembelian, berkaca pada keadaan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian di pasar Gede Klaten, dikarenakan pasar Gede Klaten merupakan salah satu dari banyaknya pasar tradisional besar di kabupaten Klaten, maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG MERAH DI PASAR GEDE KLATEN

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini ialah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten?
2. Apakah harga akan berdampak terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten?
3. Apakah persediaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat ditarik beberapa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten.
2. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten.
3. Pengaruh persediaan produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Gede Klaten.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan bahwa hasil penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembaca sehingga dapat menambah wawasan pembaca terkait hal-hal yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti halnya kualitas produk, harga dan persediaan produk.

b. Bagi penelitian lebih lanjut

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman serta diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Utamanya penelitian yang berhubungan dengan kualitas produk, harga produk dan persediaan produk.

c. Bagi penulis

Penelitian ini dapat dilaksanakan sebagai media penulis untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan serta bekal dikemudian hari saat menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, dan agar penulis mampu memberikan kritik dan saran bagi para pedagang bawang merah di pasar Klaten untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kritik dan saran bagi para pedagang bawang merah di pasar Klaten untuk dapat menumbuhkan jumlah penjualan serta meningkatkan keuntungan melalui cara meninjau beberapa aspek pemasaran yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk seperti faktor kualitas produk, harga produk dan persediaan produk.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Pemasaran

Pemasaran diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan barang dari produsen pertama ke konsumen terakhir (Sriyadi, 1991:135), sedangkan Kotler (2000:11) mengartikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu serta kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran merupakan salah satu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual (Swasta,1996:6).

Stanton (1996:200) pemasaran ialah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang diarahkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun kepada pembeli potensial.

Kegiatan pemasaran adalah Langkah awal dari kegiatan suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan untung. Kotler (1997:8) mengartikan pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial didalam suatu individu maupun kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan memertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dalam buku Ranupandojo, The American Marketing Assosiation (1991:1) menjelaskan pemasaran adalah suatu upaya yang mengarahkan aliran barang maupun jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan usaha meliputi kerja penjual mencari pembeli, mengenali kebutuhan konsumen, merancangkan dengan tepat produk yang akan

dipasarkan, menentukan harga jual yang layak, memperkenalkan produk tersebut, dan mendistribusikannya, hal ini merupakan kegiatan pokok dari pemasaran.

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler (2000) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, menurut Rambat Lupiyoadi (2001) produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2008) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk dapat diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai alat untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan suatu bentuk barang atau jasa yang diproduksi oleh seseorang maupun perusahaan yang memiliki nilai manfaat untuk dipasarkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Tjiptono (2008) produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap suatu kelebihan atau keistimewaan produk

Menurut Kotler dan Armstrong yang menyatakan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, dalam hal ini termasuk keseluruhan durabiliti, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Apabila suatu produk dapat menjalankan fungsinya maka produk tersebut dapat dikatakan mempunyai kualitas yang baik.

Menurut Kotler, mayoritas produk terdapat dalam satu diantara empat kategori kualitas, yaitu : kualitas rendah, kualitas rata-rata sedang, kualitas baik dan kualitas sangat baik. Beberapa dari atribut yang disebutkan diatas dapat diukur secara obyektif, namun dari sudut pandang pemasaran

kualitas harus diukur dari segi persepsi pembeli mengenai kualitas produk tersebut.

3. Harga

Alex Niti Sumito (1990:11) menerangkan bahwa harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa product) yang dibutuhkan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari produk serta pelayanannya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa harga yang dibayarkan oleh pembeli sudah termasuk layanan penjual yang diberikan kepada pembeli. Dikutip dari Wahyudi (2006:10) menyatakan bahwa banyak perusahaan melakukan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang ingin dicapainya, adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan market share, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maximum dan sebagainya.

Harga dari suatu produk mampu menunjukkan kualitas merek, dimana konsumen mempunyai penilaian bahwa harga yang tinggi cenderung memiliki kualitas yang apik, pada umumnya harga memiliki nilai positif yang sejajar dengan kualitas, semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi pula kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut, harga akan menjadi elemen pendukungnya, hal ini dikarenakan setiap perusahaan tentu akan bersaing dalam harga guna memperoleh produk dipasar (jurnal Ardhy).

Konsumen memiliki penilaian bahwa dengan adanya hubungan yang positif antara harga dengan kualitas produk, lalu mereka akan membandingkan antara produk satu dengan produk lainnya, dan selanjutnya konsumen akan mengambil keputusan membeli suatu produk.

4. Persediaan

Persediaan produk atau ketersediaan produk ialah kumpulan barang dagangan yang dimiliki pengecer atau supermarket, ketersediaan produk meliputi lebar kategori dari setiap produk dan variasi disetiap kategori

Bulele (2016:260), ketersediaan produk pun dapat berarti tingkat dukungan fasilitas toko atau tingkat pelayanan toko, jadi tidak terkait item produk saja Utami (2006:166).

Menurut Saragih (2013:216) ketersediaan produk didefinisikan dengan sesuatu yang dipengaruhi oleh proses pendistribusian produk yang berupa sebuah komponen dari bauran pemasaran yang berfokus pada pengambilan keputusan serta aktifitas persediaan barang bagi konsumen. Ketersediaan produk akan menentukan kapan dan juga dimana konsumen bisa memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk, pemilihan jenis saluran distribusi merupakan keputusan utama di dalam pengembangan strategi pemasaran.

Manajemen rantai pasokan (*supply chain managemenet*) merupakan proses penyatuan bisnis dari pengguna akhir melalui para penyalur asli yang menyediakan produk, jasa pelayanan, dan informasi untuk menambah nilai pelanggan. Suatu rantai pasokan yang efisien mempunyai dua manfaat untuk pelanggan, yang pertama yakni untuk memenuhi kepentingan dalam mencukupi persediaan barang dagangan yang mempunyai sifatnya cepat habis, serta memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap pilihan barang dagangan sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan dan dimana mereka menginginkannya. Saat perputaran persediaan lebih tinggi maka akan berdampak pada penjualan yang lebih besar Utami (2006:127).

5. Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Etta (2000) mengartikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Setiadi (2013) dalam Etta menyebutkan bahwa proses pengintegrasian yang mengkombinasikan ilmu pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif ataupun lebih lalu memilih salah satu diantaranya merupakan inti dari pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2008) keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi

mengenai produk ataupun merek tertentu dan menilai beberapa dari masing-masing alternatif guna memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian. Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam penggunaan suatu produk. Dalam penggunaan suatu produk untuk mengambil sebuah keputusan pembelian, konsumen akan melalui proses yang merupakan gambaran dari perilaku konsumen berupa menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian, tahap-tahap keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008:1799) yang pertama yakni pengenalan kebutuhan, yang kedua pencarian informasi, tahap ketiga Penilaian alternatif, tahapan yang keempat keputusan pembelian, dan tahap yang terakhir adalah perilaku pasca pembelian.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung ide yang sedang diajukan, terlebih dahulu harus mengembangkan kerangka teori sebelum melakukan penelitian. Karya dasar yang dapat dijadikan acuan dengan mereferensikan karya-karya sebelumnya, contoh penelitian sebelumnya yang dibandingkan dan didukung dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	No, Nama Tahun	Judul	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Dheany Arumsari (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua	Kualitas Produk, Harga	Variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Fredy Wijaya (2017)	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa	Harga	Pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh variabel citra merek, harga dan promosi.
3	Thirumalai dan Sinha (2005)	Customer satisfaction whit orden fulfillment in retail supply chain : impications of product type in electronic	Persediaan produk	Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa rantai pasokan (persediaan produk) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap

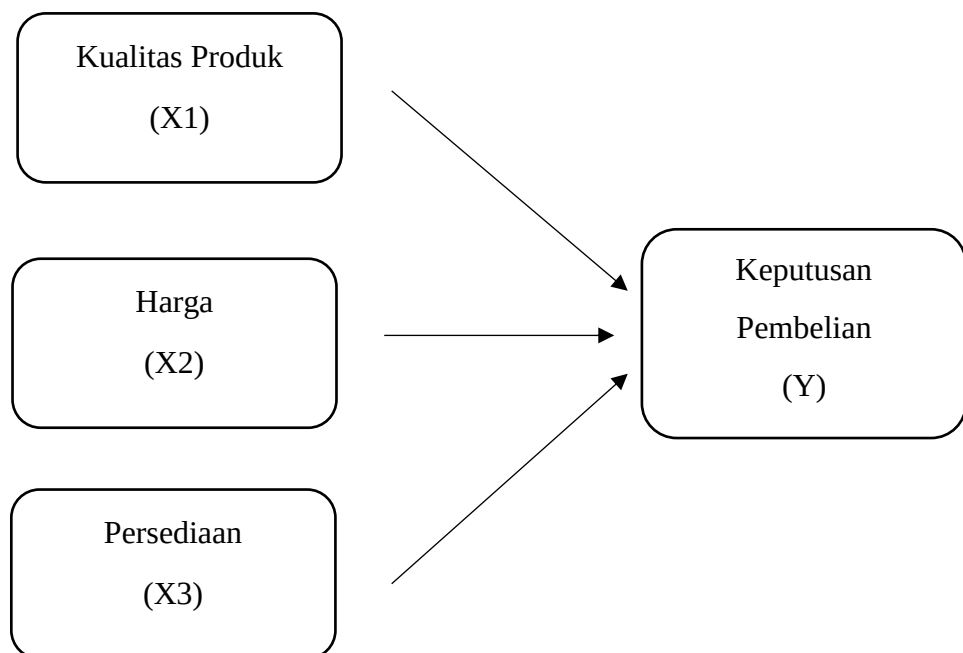
		B2c transations		kepuasan pelanggan
4	Steinhartetal (2013)	The process by which product availability purchase	Ketersediaan Produk	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ketersedian produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian
5	Krestianwan Wibowo Santosa, dkk (2013)	Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang	Kualitas Produk, Harga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif ditunjukkkan dari kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian permen tolak angin dan memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat, hal ini menunjukkan jika dilakukan peningkatkan terhadap kualitas produk, harga dan promosi maka akan berdampak juga kepada keputusan pembelian yang tinggi.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

C. Kerangka Pikir

Kerangka ini bermanfaat karena mempengaruhi pelaksanaan prosedur penelitian yang diperlukan, selain itu kerangka pikir dapat membantu dan menjamin bahwa penelitian akan tetap berada dalam batas-batas bidang yang telah ditentukan sebelumnya. Kerangka pikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut;

Gambar 1. Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir yang telah diuraikan diatas maka dapat diartikan bahwa penelitian ini mempunyai tiga variabel bebas (kualitas produk, harga dan persediaan) serta memiliki satu variabel terikat (keputusan pembelian).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat

pertanyaan, berdasarkan permasalahan yang diajukan dan tujuan penelitian. Hipotesis ini diperlukan untuk memfokuskan peneliti dalam melakukan penelitian, penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya dari ketiga variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat. Berdasarkan kerangka pikir tersebut, maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis yaitu :

Penelitian oleh Zubaidah (2016) yang menerangkan bahwa kualitas produk, harga berpengaruh secara signifikan secara parsial dan positif terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti merumuskan hipotesis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2002) kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan kegunaannya, hal tersebut meliputi keseluruhan durabiliti, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian serta reparasi produk, dan atribut produk lainnya. Jika produk mampu menjalankan fungsinya maka produk tersebut dapat dikatakan mempunyai kualitas yang mumpuni.

Oleh karena itu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian oleh Fredy Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari penelitian terdahulu peneliti merumuskan hipotesis:

H₁ : Kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian bawang merah di pasar Klaten.

2. Pengaruh Harga terhadap kaputusan pembelian.

Alex Niti Sumito (1990:11) menjelaskan bahwa harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya, dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa harga yang dibayarkan oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.

Oleh karena itu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Dheany Arumsari (2012) dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka berdasarkan penelitian terdahulu peneliti merumuskan hipotesis :

H₂ : Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian bawang merah di pasar Klaten.

3. Pengaruh Persediaan terhadap keputusan pembelian

Persediaan / ketersediaan produk menurut Saragih (2013) adalah sesuatu yang dipengaruhi berdasarkan proses pendistribusian produk yang merupakan sebuah komponen dari bauran pemasaran yang berfokus pada pengambilan keputusan dan aktifitas persediaan barang bagi konsumen. Menurut Utami (2006) ketika perputaran persediaan lebih tinggi maka penjualan akan terdampak lebih besar.

Oleh karena itu persediaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan oleh Steinhart et al (2013) menyatakan bahwa persediaan/ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka dari penelitian terdahulu peneliti merumuskan hipotesis:

H₃ : Persediaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian bawang merah di pasar Klaten.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil uraian yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bawang merah pada Pasar Gede Klaten.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bawang merah pada Pasar Gede Klaten.
3. Persediaan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bawang merah pada Pasar Gede Klaten.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan, peneliti ingin menyampaikan usulan-usulan kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat membangun dan menjadi tolak ukur untuk perbaikan. Berikut adalah usulan tertulis antara lain :

1. Petani sebaiknya menjaga kualitas produk demi memenuhi kebutuhan konsumen. Harga memainkan peran besar dalam keputusan pembelian. Jika harga bawang merah terjangkau maka akan mendorong keputusan pembelian konsumen. Petani dan pedagang sebaiknya menjaga persediaan produk bawang merah dan petani menjaga kredibilitas dalam menjaga kualitas produk maupun menyediakan bawang merah.
2. Bagi penelitian kedepannya yang akan melaksanakan penelitian sejenis diharapkan mampu melakukan observasi yang lebih detail terhadap masalah yang dihadapi, misalnya bisa memberikan variabel-variabel yang berbeda di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, diharapkan menambahkan jumlah sampel agar hasil penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006 Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arumsari, 2012 Dheany. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bulele, E. Y. 2016. *Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(3), 258–269
- Giarti, & Syah, L. Y. 2017. *Analisis Ketersediaan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja (Studi Kasus Konsumen Toko Bangunan Depot Delapan Sadara di Jakabaring)*
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, 2000 Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, 2007 Philip dan keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid I. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta:Indeks.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2009. *Principle Of Marketing 15th Edition* (New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2014. *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Depok: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

- Melly, 2013 et al. “*Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba pada Mahasiswa di kota Padang*”. E-Journal Fakultas Ekonomi-Universitas Bung Hatta Padang.
- Mursid, M 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ningsih, Ekawati Rahayu 2008. *Manajemen Pemasaran*. Kudus: Nora Media Interprisse.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, Kristiawan Wibowo, 2013 et al. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang*”. E-Journal – Universitas Diponegoro.
- Sugiyono 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Saragih, C. V. B. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Jakarta*, III(2), 211–230.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku konsumen (konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran)*. (P. Media, Ed.). Jakarta.
- Steinhart, Y., Mazursky, D., & Kamins, M. A. 2013. *The process by which product availability triggers purchase*. *Marketing Letters*, 24(3), 217–228.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy 2001. *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thirumalai, S., & Sinha, K. K. 2005. *Customer satisfaction with order fulfillment in retail supply chains: Implications of product type in electronic B2C transactions*. *Journal of Operations Management*, 23(3–4), 291–303. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2004.10.015>
- Tjiptono, F. 2000. *Strategi Pemasaran (2nd ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima) (Edisi 2)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utama, A. S., & Kamela, I. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Sim Card Telkomsel Ke Three Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang .*, 4(12), 1–15.

Utami, C. W. 2006. *Manajemen Ritel Strategi Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

Wahid, Muhammad Agus. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan*”. E Prints Undip – Universitas Diponegoro, Semarang

Wijaya, Fredy 2017. “*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*”. Artikel Ilmiah – STIE Perbanas Surabaya.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Saya Adi Wijaya, mahasiswa Program Studi Manajemen SI STIE Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG MERAH DI PASAR GEDE KLATEN”** maka dari itu, saya memohon ketersediaan bapak/ibu, saudara/i agar dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya dalam penelitian ini.

Petunjuk pengisian berilah tanda atau klik pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i. Kriteria dalam penelitian ini :

- | | |
|------------------------|-------|
| 1. Sangat Setuju | (SS) |
| 2. Setuju | (S) |
| 3. Netral | (N) |
| 4. Tidak Setuju | (TS) |
| 5. Sangat Tidak Setuju | (STS) |

Segala informasi yang berada dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan dijaga kerahasiannya. Atas ketersediaan saudara/i berpartisipasi dalam kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Klaten, 21 Februari 2023

Hormat Saya



Adi Wijaya

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : (Tidak wajib diisi)
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
3. Umur : ☐ < 20 Tahun ☐ 20-30 Tahun ☐ >30 Tahun
4. Pekerjaan : ☐ Karyawan Swasta ☐ Wiraswasta
☐ PNS/Polri ☐ Lainnya...
5. Pendapatan : ☐ < 3 Juta ☐ 3-5 Juta ☐ > 5 Juta

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah sejumlah pernyataan dibawah dengan teliti.
2. Mohon kuesioner diisi dengan lengkap dari seluruh pernyataan yang ada.
3. Berilah tanda (✓) dan pilihlah salah satu pada kolom jawaban yang tersedia.

1. Variabel Keputusan Pembelian

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kualitas produk yang baik menjadi alasan saya untuk membeli bawang merah di pasar klaten					
pilihan harga yang baik menjadi alasan saya untuk membeli bawang merah di pasar klaten					
Jumah stok yang melimpah menjadi alasan saya untuk membeli bawang merah di pasar klaten					

2. Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Menurut saya tampilan bawang merah di pasar klaten lebih menarik					
Menurut saya kondisi produk bawang merah di pasar klaten dapat menjalankan fungsinya dengan baik					
Menurut saya produk bawang merah di pasar klaten memiliki daya tahan produk yang cukup baik					

3. Variabel Harga

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Menurut saya penerapan harga jual produk bawang merah di pasar klaten sesuai dengan kebutuhan					
Menurut saya harga produk bawang merah di pasar klaten sesuai dengan kualitasnya					
Harga produk bawang merah di pasar klaten sudah setara dengan manfaat yang saya peroleh					

4. Variabel Persediaan

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Menurut saya jumlah persediaan bawang merah dipasar klaten sesuai dengan kebutuhan					
Menurut saya harga produk bawang merah dipasar klaten yang persediaan lama dengan yang baru tidak jauh berbeda					
Menurut saya Kondisi persediaan produk bawang merah dipasar klaten cukup baik					