

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Madura
(Studi Pada Konsumen Batik Tulis Madura Di Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan)**

Toyriyah¹⁾, Sarwani²⁾, Andry Herawati³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo

Email: Toyriyah429@gmail.com¹

ABSTRAK

Batik tulis banyak diperjual belikan di Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan dengan berbagai motif dan merek yang berbeda-beda. Untuk itu pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan harus memperhatikan kualitas produk dan harga untuk menarik perhatian pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan. Tehnik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling. Tehnik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan secara parsial variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis madura. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk yang dibuktikan dengan besarnya nilai koefisien determinasi parsial (r^2) yang sebesar 56,4 %

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Written batik is widely traded at the Ki Lemah Duwur Market in Bangkalan with various motifs and different brands. For this reason, the Ki Lemah Duwur Bangkalan market must pay attention to product quality and price to attract customer attention. This type of research is quantitative research. The population in this study is the consumers of the Ki Lemah Duwur Bangkalan market. The sampling technique used in this study is probability sampling. The data analysis technique used is the validity test and reliability test. The analytical method used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS application. The results showed that simultaneously and partially the product quality and price variables had a significant effect on purchasing decisions for Madura written batik. The most dominant variable in this study is the product quality variable as evidenced by the magnitude of the partial determination coefficient (r^2) which is 56.4%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

A. LATAR BELAKANG

Saat ini seni batik sangat diminati oleh berbagai kalangan. Tidak hanya dari kalangan orang tua saja yang memiliki minat untuk menggunakan pakaian batik, namun adanya corak yang berbeda dan indah dapat mengajak kalangan anak muda untuk menggunakan pakaian yang berbahan dasar dari kain batik. Indonesia merupakan negara yang kaya akan hasil seni budaya, salah satunya adalah batik. Indonesia memiliki beraneka ragam batik yang sangat khas dan tidak dapat ditemui dinegara-negara lain. Dipulau jawa sendiri memiliki beberapa macam batik yaitu batik solo, batik Yogyakarta, batik pekalongan, batik Cirebon, batik madura dan lain sebagainya.

Batik madura merupakan salah satu batik yang memiliki corak yang unik. Bagi konsumen bentuk dan motif yang khas memiliki keunikan sendiri bagi para peminatnya, kualitas batik madura tidak perlu diragukan lagi, sifat produksinya yang personal (dikerjakan secara satuan), masih mempertahankan cara tradisional (ditulis dan diproses dengan cara-cara tradisional). Khususnya batik khas tanjung bumi dan bangkalan dikabupaten bangkalan, yang memiliki kualitas produk yang tidak perlu diragukan lagi. Pertumbuhan batik madura yang semakin pesat diharapkan mampu menumbuhkembangkan perekonomian di kabupaten bangkalan madura. Untuk merealisasikan harapan tersebut tidak lepas dari

usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan dengan matang. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan untuk membangun kualitas produk batik madura.

Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan merupakan pasar pusat pembelian terbesar yang letaknya ada di ring road kota Bangkalan. Ada banyak pedagang batik madura di pasar itu, dan ada beberapa toko yang besar dan mempunyai koleksi yang lengkap dengan harga yang sangat bervariasi, mulai dari harga Rp.40.000,- sampai sekitar 2 jutaan. Pedagang di pasar Ki Lemah Duwur kebanyakan menjual pakaian batik mulai dari pakaian anak kecil hingga orang dewasa. Jangan ragu untuk banyak bertanya kepada pedagang dipasar tersebut, penjual cukup ramah dan akan menarangkan asal kabupaten dari batik tersebut, juga mereka membedakan mana yang tulis, cap, dan tekstil motif batik.

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk tersebut. Berdasarkan berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sedangkan menurut Swasta Basu dan Handoko (1999:99) keputusan pembelian merupakan rangkaian proses yang dialami konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk. Keputusan membeli batik tulis madura di bangkalan oleh masyarakat kabupaten bangkalan madura dan sekitarnya dipengaruhi berbagai hal yang mendasari mereka membeli produk batik tulis yang dijual di daerah pasar bangkalan, kepuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Dimana, pelayanan yang diberikan oleh batik tulis madura di pasar bangkalan sangat ramah, baik dan nyaman sehingga konsumen merasa puas dan ingin terus membeli, hal ini yang mendasari keputusan membeli adalah harga yang ditawarkan.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam memilih atau membeli sebuah produk. Dalam hal ini keistimewaan produk merupakan salah satu pertimbangan pemasaran yang paling penting disamping faktor-

faktor lainnya yang mendukung konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan menurut Schroeder (1997:168), pengertian kualitas produk dikaitkan dengan nilai, kegunaan, maupun harga dari barang atau jasa tersebut. Batik tulis madura memiliki berbagai macam gambar yang unik dan tentunya dibuat dengan tingkat kesulitan yang tinggi hingga menghasilkan sebuah produk yang bagus dan memiliki tingkat harga yang tinggi untuk produk dengan pembuatan yang tingkat kesulitannya tinggi. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Sebuah produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di suatu pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan termasuk benda, jasa, organisasi tempat, orang, dan ide”.

Faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah harga yang sangat strategis karena mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus kepuasan dari konsumen. Harga juga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembelian dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks. Berdasarkan pengamatan penulis bahwa kualitas produk dan harga yang dibandrol pada batik yang diperjual belikan di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan sangat mempengaruhi minat beli konsumen yang datang ke pasar untuk membeli batik.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Eky Jumrotul Laila, Tri Sudarwanto (2018) dan Fahra Destarini, Bono Prambudi (2020) mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Eky Jumrotul Laila, Tri Sudarwanto (2018). Menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Fahra Destarini, Bono Prambudi (2020). Namun demikian terdapat hasil penelitian yang berbeda dari Friani Gloria Igir, Jhony R.E Tampi, Henny

Tarore (2018), Jackson R.S Weenas (2013) dan Sarini Kodu (2013) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di dalam latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli produk, sehingga judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik tulis madura di bangakalan”, tempatnya di pasar bangkalan.

B. LANDASAN TEORI

Pengertian pemasaran

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan Tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009), “pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya”. Sedangkan menurut Tjiptono dan Candra (2012), “pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui parter.” Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pembeli.

Kualitas Produk

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak.

Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar di waktu yang akan datang. Demikian juga konsumen dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya.

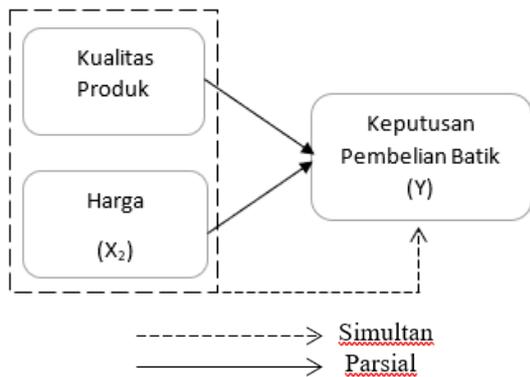
Harga

Menurut Oentoro (2012:149) Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Nurhadi (2016) Harga merupakan nilai tukar rupiah suatu barang dan jasa yang ditanyakan dengan uang, atau harga keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Tjiptono (2019:208) Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Sedangkan menurut Kotler (2019:67) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya, Dari pengertian itu, dijelaskan bahwa harga merupakan sebuah kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan itu disetujui oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah disetujui oleh kedua belah pihak dalam akad, maupun lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pembeli.

Keputusan Pembelian

Masyarakat pada umumnya ingin mengusahakan produk yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini, para konsumen membuat keputusan dan terlihat dalam berbagai perilaku pengambilan keputusan menurut Boyd dkk, (2000:120) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemecahan masalah baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan mere kapa yang akan di beli. Sedangkan Kotler (2005) keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Dari beberapa pendapat diatas dapat diuraikan bahwa keputusan pembelian

adalah suatu kegiatan yang dilakukan konsumen untuk memutuskan membeli barang atau jasa.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

C. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal dengan menggunakan kuesioner dan metode penelitian survey, yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode survey yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara, dan sebagainya (Sugiyono, 2019:15).

(Sugiyono, 2019:65) menyatakan bahwa asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Asosiatif kausal dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat dari pengaruh bauran pemasaran (kualitas produk dan harga) terhadap keputusan pembelian. Dimana Kualitas Produk sebagai variabel X_1 dan Harga sebagai variabel X_2 sedangkan keputusan pembelian sebagai Y . Teknik analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Uji Intrumen

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu pengukuran apa yang diukur Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur telah disuse,

telah validitas atau tidak. Hasilnya akan ditunjukkan oleh indeks sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program statistik berupa SPSS yaitu dilakukan dengan tehnik korelasi yang membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila besarnya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir-butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2013:55) pengujian reliabilitas merupakan cara untuk mengukur dengan melakukan pengukuran dua kali ataupun lebih pada gejala yang sama dengan pengukuran yang sama bertujuan untuk mengetahui hasil pengukuran tersebut apakah konsisten atau tidak. Pengujian reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini ialah menggunakan tehnik pada aplikasi SPSS versi 16 menggunakan tehnik Alpha Cronbach. Koefisien yang diukur sangat beragam antara 0 sampai 1. Nilai koefisien yang lebih dari 0,6 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal sudah reliabel Arikunto (2008)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data yang berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni data tersebut tidak menceng kiri atau kanan (santoso 2002:34). Untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal probability plot. Apabila pada grafik normal probability plot tampak bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka hal ini dapat disimpulkan bahwa residual data memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik dan harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai cutoff yang dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $>0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual serta pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastiditas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar), antara lain prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidak adanya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas.

Dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas untuk penelitian ini menggunakan uji scatter plot. Dasar pengambilan untuk pengujian heteroskedastisitas dengan melihat scatter plot yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas .
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiono menjelaskan analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua). Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model memiliki hubungan secara bersama sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini pengujian hubungan variabel independent (X) yang terdiri dari: Kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian batik tulis madura di Bangkalan (Y). H_0 diterima ketika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 dan H_0 ditolak ketika nilai niali $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi kurang dari 0,05.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menarik kesimpulan H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ Korelasi parsial digunakan untuk mempelajari hubungan murni antara satu variabel bebas (X_1) dengan variabel terikat (Y) dengan mengendalikan atau mengontrol variabel-variabel bebas yang lain yaitu variabel X_2 yang diduga mempengaruhi hubungan antara variabel X_1 dengan Y .

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini antara lain menurut jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, dan jumlah pembelian Berdasarkan kuesioner yang diisi responden maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Responden laki-laki berjumlah 34 orang (42.5%), dan responden perempuan berjumlah 46 orang (57.5%). Jadi, disimpulkan mayoritas responden yaitu jenis kelamin perempuan.
- Responden yang usia 17-26 tahun berjumlah 64 orang (80.0%), dan responden yang usia 27-36 tahun berjumlah 16 orang (20.0%). Jadi disimpulkan mayoritas responden berusia 17-26 tahun.
- Responden yang pendidikan terakhir smp berjumlah 9 orang (11.2%), responden yang pendidikan terakhir sma berjumlah 34 orang (42.5%), responden yang pendidikan terakhir smk berjumlah 20 orang (25.0%), dan/1responden yang pendidikan terakhir s1 berjumlah 17 orang (21.3%). Jadi disimpulkan mayoritas responden berpendidikan terakhir sma.

- Responden yang membeli batik tulis madura di pasar ki lemah duwur bangkalan sebanyak 2 kali berjumlah 26 orang (32.5%), responden yang membeli batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan sebanyak 3 kali berjumlah 25 orang (31.3%), responden yang membeli batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan sebanyak >3 kali berjumlah 29 orang (36.3%). Jadi disimpulkan mayoritas responden banyak membeli batik 2 kali

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 1. Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Rata – Rata	Keterangan
Kualitas Produk	4,21	Sangat Setuju
Harga	4,47	Sangat Setuju
Keputusan	4,16	Setuju

Sumber Diolah penulis

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jawaban responden atas pernyataan variabel kualitas produk (X1) rata-rata 4,21 yang dikategorikan dalam kelas interval sangat setuju, Harga (X2) rata-rata 4,47 yang dikategorikan dalam kelas interval sangat setuju, Keputusan pembelian (Y) rata-rata 4,16 yang dikategorikan dalam kelas interval setuju.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,797	0,219	Valid
	X1.2	0,806	0,219	Valid
	X1.3	0,783	0,219	Valid
	X1.4	0,809	0,219	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,825	0,219	Valid
	X2.2	0,803	0,219	Valid
	X2.3	0,778	0,219	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,529	0,219	Valid
	Y1.2	0,565	0,219	Valid
	Y1.3	1,000	0,219	Valid
	Y1.4	0,410	0,219	Valid
	Y1.5	1,00	0,219	Valid

Sumber: Diolah penulis

Berdasarkan uji validitas menunjukkan semua item dari pernyataan variabel Kualitas produk dan Harga dikatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

r_{tabel} .

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,806	Reliabel
Harga (X2)	0,722	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,839	Reliabel

Sumber: Diolah penulis

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh bahwa semua variabel menunjukkan koefisien korelasi Alpha Cronbach $> 0,6$ sehingga dapat diartikan semua variabel dapat dikatakan reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normal Probability Plot diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena titik titik yang ada mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, sehingga syarat normalitas nilai residual untuk analisis regresi dapat terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Nilai VIF kualitas produk (X₁) yaitu 1.186 < 10 , dan nilai VIF Harga (X₂) yaitu 1.186. Sedangkan nilai tolerance kualitas produk 0,843 $> 0,10$, dan nilai tolerance Harga 0,843 $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Diketahui bahwa titik-titik data tersebar di daerah antara 0-Y dan tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi yang terbentuk didefinisikan tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

- Nilai a sebesar 0,689 yang menunjukkan nilai konstanta. Artinya jika variabel bebas Kualitas Produk (X1), Harga (X2) sama dengan nol, maka keputusan menggunakan (Y) akan sebesar 0,689.
- Nilai b₁ sebesar 0,874 yang menunjukkan nilai kualitas produk (X1). Artinya jika kualitas produk (X1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian batik tulis madura (Y) juga akan meningkat sebesar 0,874 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas Harga (X2) tetap.
- Nilai b₂ sebesar 0,402 yang menunjukkan nilai koefisien Harga (X2). Artinya jika Harga (X2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian batik tulis Madura (Y) juga akan meningkat sebesar 0,402 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas, kualitas produk (X1) tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Diperoleh hasil $F_{hitung} 81.385 > F_{tabel} 3,11$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian batik tulis madura. Berdasarkan hasil uji F juga diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) yang

muncul sebesar 0,000 yang berarti sig F (0,000) < a (0,05), hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang kuat terjadi pada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka kesimpulannya Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian.

Uji t (Parsial)

- Berdasarkan tabel *Coefficients* nilai t_{hitung} 9.976 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.976 > 0.677$) dengan signifikansi t sebesar 0,000 karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- Berdasarkan tabel *Coefficients* nilai t_{hitung} 3.355 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.355/1 > 0,677$) dengan signifikansi t sebesar 0,000 karena t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian batik tulis madura (Y). yaitu sebesar 0,564 atau 56,4 %

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Madura (Study pada konsumen batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan)

Pengujian yang telah dilakukan, didapat hasil bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 81.385 sedangkan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05, hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,11 karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,385 > 3,11$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Hasil penelitian ini pada Batik Tulis Madura Ki Lemah Duwur Bangkalan. bahwa keputusan membeli konsumen umumnya dikarenakan oleh kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis

Madura (Study pada konsumen batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai t_{hitung} 9,976 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,976 > 0,677$) dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). oleh karena itu kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan tingginya tingkat kualitas yang dikeluarkan maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk batik tulis madura

Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Madura (Study pada konsumen batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai t_{hitung} 3,355 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,355 > 0,677$) dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). oleh karena itu harga dalam pembelian batik sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Kualitas Produk Secara Dominan Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Madura (Study pada konsumen batik tulis madura di pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan)

Nilai koefisien Determinasi parsial variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,751. Untuk mengetahui besarnya nilai (r^2) dengan cara mengkuadratkan nilai determinasi yaitu $(0,751)^2 = 0,564$ maka dapat diketahui besar pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 56,4 %.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

- 1) Hasil pengujian secara simultan dapat diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $81,385 > 3,11$ dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian .
- 2) Berdasarkan Uji Koefisiensi Determinasi, diperoleh nilai Adjusted R-Square sebesar 0,671. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Kualitas produk (X_1) dan Harga

(X₂). Terhadap keputusan pembelian batik tulis Madura (Y) sebesar 67,1% sisa yang dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti yaitu 32,9%

- 3) Hasil pengujian secara uji t sebagai berikut:
 - a. Pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap keputusan pembelian batik tulis Madura di Bangkalan (Y) nilai $t_{hitung} = 9,976$, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $9,976 > 0,677$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Madura di Bangkalan
 - b. Pengaruh Harga (X₂) terhadap keputusan pembelian batik tulis Madura di Bangkalan (Y) nilai $t_{hitung} = 3,335$, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,335 > 0,677$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Madura di Bangkalan.
- 4) Hasil pengujian secara uji r² dapat dilihat dari variabel kualitas produk (X₁) yaitu sebesar 0,236 yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian batik tulis Madura di Bangkalan.

2. Rekomendasi

- a) Bagi Perusahaan/Penjual
Dilihat dari hasil penelitian yang didapat dari kuesioner menyatakan bahwa kualitas produk termasuk variabel yang paling dominan, karena kualitas yang disediakan sudah memuaskan pelanggan maka penjual hanya perlu mengondisikan harga dengan standart pasaran agar terjadi peningkatan jumlah pembeli. Penambahan citra merek agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai perbedaan harga yang sudah di bandrol pada produk.
- b) Bagi peneliti selanjutnya
Dapat menambahkan variabel lebih banyak lagi seperti citra merek, promosi dan sebagainya diharapkan dapat laporan penelitian yang lebih bagus lagi

REFERENSI

- Andy Oentoro, Deliyanti. (2012). Manajemen Pemasaran modern. Yogyakarta. Edisi 1.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik Jakarta:

- Assauri, S, 2017, Manajemen pemasaran
- Destarini, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen 212 Mart Codet Batu Ampar. 10.
- Boyd, Walker dan Larreche. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Jakarta: Erlangga
- Ferrel, Pride. (1995). Pemasaran. Edisi 7 jilid 1. Jakarta: Binarupa aksara
- Frina Gloria Igir. Jhony R.E Tampi. Henny Tarore .2018. pengaruh kualitas harga terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Grand Max Pike Up studi pada PT Astra Internasional Tbk Daihatsu cabang malalayang). Volume 6, nomor 2.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Jackson R.S Weenas. 2013. Kualitas produk, harga promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. Volume 1, nomor 4
- Kotler. Philip (2005). Manajemen pemasaran. Jakarta: Indeks
- Kotler. Philip dan Garry Armstrong. (2010). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga
- Laksana, Fajar. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta Graha ilmu.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. 06.
- Lupiyadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Selempa empat Rineka Cipta
- Sarini Kodu. 2013. Harga, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan Pembelian mobil Toyota Avansa. Volume 1, nomor 3
- Schoder.1997. Manajemen, pengambilan keputusan dalam fungsi operasi. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R &D. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2004. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi ke 2. Yogyakarta: AMUS, UST press.
- Swasta Basu dan T.Hani Handoko, 1999. Manajemen pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen Yogyakarta:BPFE
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012. Pemasaran Strategik: Edisi 2, Yogyakarta
- Tjiptono, fandy (2002). Strategi pemasaran. Edisi II. Yogyakarta: Andi
- Widodo. (2017). Metodologi penelitian. Populer dan praktis