

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pempek DD

Yulianti¹, Zaenal Abidin², Nurjali³, Dini Ayu Lestari⁴, M. Ardhan Arsyad⁵

STIE Syariah Al Mujaddid

yulianti.stie@gmail.com

Corresponding Author: Yulianti¹

Abstrak indonesia

Kualitas Produk dan harga menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Konsumen biasanya memilih produk yang memiliki harga dan kualitas yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek DD di Kecamatan Muara Sabak Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan pada 98 responden. Uji coba instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas dan uji heterokedastisitas, serta ada uji t, uji F, dan uji R². Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian kualitas produk secara parsial, menunjukkan nilai thitung (2,281) > ttabel (1,661) dan nilai signifikansi sebesar 0,025 < 0,1 yang artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. Harga secara parsial, menunjukkan nilai thitung (1,794) > ttabel (2,281) dengan nilai signifikansi sebesar 0,076 < 0,1 yang artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari uji simultan menunjukkan nilai Fhitung > Ftabeln yaitu 5,305 > 2,359 dan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,1, artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh kualitas produk dan harga didapat sebesar 10% dan 90% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas produk dan harga. Kesimpulannya kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pempek DD di Kecamatan Muara Sabak Barat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

Abstract English

Product quality and price are important factors for consumers in deciding to buy a product. Consumers usually choose products that have a suitable price and quality. This research aims to find out: The impact of product quality and price on the purchase decision on the DD Pempek in Muara Sabak West district. This research uses quantitative methods. The data collection technique used a questionnaire given to 98 respondents. The instrument tests consist of validity tests and reliability tests, classical assumption tests that include: normality tests and heterocadastisity tests, as well as t tests, F tests, and R² tests. The analysis techniques in this study use double linear regression analysis methods. The results of the partial product quality study, show a thitung value (2,281) > ttable (1,661) and a significance value of 0,025 < 0,1 which means that the product quality has a positive and significant impact. The price partially, shows a thiting value (1,794) > ttabel (2.281) with a signifying value of 0.076 < 0.1, which means the price has a positively

and significant influence on the purchase decision. Based on the result of the simultaneous test, the value of F counts > F is table 5,305 > 2,359 and the significant value is $0,007 < 0,1$, meaning that the quality of the product and the price have a positive influence and significant effect on the purchasing decision. The impact of product quality and price is achieved by 10% and 90% is influenced by factors other than the quality of product and price. The conclusion is that the quality of the product and the price together have a positive and significant influence on the purchase decision on the DD pempek at Muara Sabak West.

Keywords: *Product Quality, Price and Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Bisnis Kuliner merupakan salah satu usaha yang banyak diminati karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang mutlak bagi manusia(Deanova et al., 2023). Selain itu kebanyakan orang sekarang lebih memilih makanan yang siap saji, apalagi pada makanan tradisional yang secara umum sulit bahkan memakan banyak waktu untuk membuatnya(Poedji & Gunawan, 2021). Walaupun begitu makanan tradisional yang khas memiliki cita rasa yang nikmat dan unik serta makanan yang banyak digemari pada setiap jenisnya. Meskipun banyak jenis produk makanan tidak memungkinkan terjadi persaingan antar pengusaha dalam menciptakan produk yang sama pada pengusaha, meski setiap perusahaan memiliki perbedaan pada kualitas produk dan harga tersendiri dalam menarik minat beli pada konsumen. Harga dalam penentuannya pada sebuah produk berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan, penentuan harga juga bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan memperoleh keuntungan maksimal(Mahardika et al., 2023).

Pada kuliner jenis makanan tradisional atau khas yang terkenal seperti rendang, sate, gulai, soto, pempek, dan lainnya. Dari makanan khas tersebut pempek merupakan makanan yang terkenal secara luas dengan berbagai macam model pempek, seperti yang terdapat pada usaha pempek DD di Kecamatan Muara Sabak Barat yang memiliki berbagai macam pempek lenggang, pempek kapal selam, lenjer besar, tekwan model dan lainnya. Pempek terbuat dari bahan dasar ikan yang digiling yang diuleni dengan tepung terigu.

Mengingat terdapatnya persaingan dalam usaha makanan maka pengusaha dapat melakukan sesuatu untuk dapat tetap mempertahankan dan bersaing dengan usahanya, dengan meningkatkan pemasarannya baik pada secara kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, promosi, dan lainnya. Pada pempek DD sendiri memiliki kualitas produk yang cukup baik dengan bahan dasar ikan tenggiri dan dalam pembuatannya juga terbilang aman dari segi kandungan pada produk dan kehigenisan dalam membuatnya serta dalam penyajiannya juga digoreng atau disajikan saat ada pembeli dan dalam frozen sehingga pempek dalam keadaan tetap bagus dan tidak dibuat dengan tambahan bahan pengawet.

Kualitas produk memiliki arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga tribut produk lainnya(Harsanto & Hidayat, 2017). Kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rosita inne kualitas produk adalah

karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas produk sendiri tergantung pada bagaimana produksinya, dimana proses produksi dimulai dari bahan baku yang bagus, menggunakan peralatan yang higienis, serta tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam pembuatan produk sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas(Saidani & Arifin, 2012)(Halim, 2018).

Penulis mengkaji tentang pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pada pempek DD yang penulis duga memiliki pengaruh kualitas produk yang baik dengan cita rasa yang enak. Kualitas dari produk itu sendiri berupa cita rasa, bentuk, kehalalan, kehigenisan, kemasan dan keawetan juga sangat mempengaruhi usaha kuliner itu sendiri, karena semakin bagus kualitas makanan semakin banyak orang membeli ke tempat tersebut. Begitu juga pada harga yang kebanyakan konsumen suka membeli atau mencari makanan dengan harga dan kualitas yang sesuai. Namun dalam kenyataan tidak semua barang yang berkualitas bagus memiliki harga yang sesuai, begitu juga sebaliknya harga yang tinggi belum menentukan suatu produk tersebut memiliki kualitas yang bagus(Kasdi, 2016). Dalam sebuah harga memiliki peranan yang sangat penting, seperti pada hukum permintaan yang dikatakan semakin tinggi harga suatu barang atau jasa akan semakin rendah jumlah permintaan dan sebaliknya semakin rendah harganya, maka akan semakin tinggi jumlah barang atau jasa yang diminta. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa harga sangat mempengaruhi suatu perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang serupa dengan variabel bebas pada penelitian ini yang penulis kaji yaitu karya Maria Agatha menunjukkan hasil penelitian menyatakan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Batik Gung Tulungagung sebesar 72,2%(Agatha, 2018). Sedangkan pada penelitian ini penulis mengkaji tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada pempek DD yang penulis duga memiliki pengaruh harga pada pempek DD yang penulis duga memiliki harga yang terjangkau mengingat dengan bahan dasar ikan tenggiri. Kebijakan penetapan harga dikaitkan terhadap kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasa pada suatu barang atau jasa.

Penelitian ini penulis mengkaji tentang pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian pada pempek DD yang penulis duga memiliki pengaruh harga pada pempek DD yang penulis duga memiliki pengaruh yang signifikan. Biasanya keinginan untuk membeli suatu barang, akan timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin membeli jenis produk yang dilihatnya melalui beberapa faktor diatas, menurut Howard dan Shay dalam Adnan menyatakan bahwa proses membeli (buying intention) akan melalui lima tahapan, yaitu Pemenuhan kebutuhan (need), Pemahaman kebutuhan (recognition), proses mencari barang (search), Proses evaluasi (evaluation)(Islam,

2018), Pengambilan keputusan pembelian (decision). Berdasarkan paparan grandtour dan grandtheory diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

LANDASAN TEORI

Kualitas produk

Produk adalah hal apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, diakuisisi, dibeli, penggunaan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan(Praestuti, 2020). Kotler dan Amstrong juga mengatakan produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan membangun penawaran yang memberikan nilai kepada pelanggan sasaran. Penawaran pasar perusahaan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Penawaran pasar perusahaan sering kali mencangkup barang dan jasa berwujud(Jatiningrum et al., 2021).

Kualitas produk merupakan ciri-ciri suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat(Rossitya Dwi Setyawardani, 2021). Kualitas produk merupakan salah satu alat pemasaran utama pemasaran. Kualitas dipengaruhi kinerja produk atau jasa, dengan begitu berkaitan erat dengan nilai pelanggan dan kepuasan. Dalam arti sempit, kualitas didefinisikan sebagai “tidak ada cacat”. American Society for Quality mendefinisikan sebagai karakteristik produk atau layanan yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk berkaitan erat dengan keputusan pembelian(Fatmawati & Soliha, 2017). Kualitas produk menjadi salah satu bahan pertimbangan Oleh konsumen untuk memutuskan pembelian. Dalam hal ini, semakin baik kualitas produk yang dipasarkan perusahaan dan kualitas produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka akan membuat konsumen menjadi konsisten terhadap produk tersebut.

Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan pada produk atau jasa, atau jumlah dari semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa(Abdul Gofur, 2019). Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga juga mengomunikasikan posisi nilai yang diinginkan perusahaan dari produk atau mereknya(Sinabela, 2019). Seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian akan melihat harga terlebih dahulu(Aptaguna & Pitaloka, 2016). Dari hal tersebut, pendapatan konsumen menjadi patokan membeli terhadap harga. Meskipun dalam membeli konsumen memiliki kemampuan masing-masing, terdapat konsumen yang tidak memperhatikan harga walaupun pendapatannya terbatas.

Keputusan Pembelian

Keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan(Gunawan & Ayuningtiyas, 2018). Pengambilan keputusan melibatkan tiga tahapan, yaitu meliputi input, process, dan output. Tahapan input mempengaruhi rekognisi terhadap kebutuhan produk dan terdiri dari dua sumber utama, yaitu usaha pemasaran perusahaan (produk, tempat, harga, dan promosi) dan pengaruh sosiokultural (keluarga, teman, tetangga, kelas sosial, budaya). Kemudian sumber komunikasi (Periklanan, Agen Buzz, Media sosial, dan word-of mouth)(Astuti et al., 2019). Tahapan proses fokus terhadap bagaimana konsumen membuat keputusan yang mencakup faktor psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepribadian, dan sikap) yang mempengaruhi rekognisi terhadap kebutuhan, pencarian alternatif sebelum pembelian, dan evaluasi alternatif. Tahapan output merupakan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Menurut Kotler dan Keler keputusan pembelian melewati lima tahap, sebagai berikut:

- 1) Pengenalan Masalah (Problem Recognition)
- 2) Pencarian Informasi (Information Search)
- 3) Evaluasi Alternatif (Evaluation Alternatives)
- 4) Keputusan Pembelian (Purchase Decision)
- 5) Perilaku Pasca Pembelian (Postpurchase Behavior).

METODOLOGI

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif atau penelitian korelasi(Abdullah, 2015). Menurut Sugiyono, Penelitian Kuantitatif asosiatif digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji adanya kebenaran pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel tetap dengan cara menyebarluaskan kuesioner untuk mengumpulkan data, menguji validitas dan reliabilitas instrument dan selanjutnya pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pempek DD di Kelurahan Talang Babat Kecamatan Muara Sabak Barat Tanjung Jabung Timur. Dari data yang di dapat dari data Badan Pusat Statistik bahwa jumlah populasi di Kelurahan Talang Babat sebanyak 4310 Populasi. Penarikan sampel secara random sampling. Pada penelitian ini untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan rumus slovin, sehingga didapat jumlah sampel 98 responden. Pada penelitian ini, variabel yang menjadi variabel independen (variabelX) yang mempengaruhi variable dependen adalah kualitas produk dan harga. Sedangkan variabel dependen (variabel Y) pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan bentuk instrumen kuesionernya check list. Penelitian ini menggunakan instrumen yang dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala likert atau likert scale. Skala likert memungkinkan responden untuk memiliki item pada skala lima hingga tujuh point tergantung pada jumlah kesepakatan pada item. Skala likert terdiri dari serangkaian

pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti. Setiap pertanyaan memiliki 5 point, yaitu; Sangat tidak setuju, Tidak Setuju, Kurang Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistic deskriptif dan regresi linear berganda.

PEMBAHASAN

Gerai pempek DD merupakan bentuk usaha industri kecil yang bergerak dibidang pengelolaan makanan cepat saji, yakni pada pengelolaan makanan dari bahan dasar ikan. Pempek DD dibentuk pada tahun 2014 oleh bapak Ahsan Wijaya. Awal mulanya gerai pempek DD terletak di dekat perkantoran yang berada di kelurahan Rano, kemudian pindah ke kelurahan Talang Babat tepatnya beralamat di jalan Teuku Umar, Rt. 03 Kelurahan Talang Babat. Kampung Baru.

Gerai pempek DD tidak hanya menyajikan menu pempek saja, akan tetapi menyediakan juga menu yang bervariasi dengan harga yang bervariasi juga sesuai dengan masing-masing menu. Menu yang tersedia di gerai pempek DD di kelurahan Talang Babat kecamatan Muara Sabak Barat, yaitu terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.

Daftar Menu dan Harga Pempek DD

No	Menu	Harga
1	Pempek Campur	Rp. 3.000/biji
2	Selam	Rp.16.000
3	Tekwan	Rp. 12.000
4	Tekwan Model	Rp. 16.000
5	Tekwan Indomie	Rp. 17.000
6	Tekwan Model indomie	Rp. 23.000
7	Lenggang	Rp. 15.000
8	Rujak Mie	Rp. 12.000

Sumber: Toko Pempek DD

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi $>0,1$ yaitu $0,025<0,1$ yang artinya signifikan dan thitung $>t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pempek DD secara signifikan. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kualitas produk (Y). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant) 26,780	6,272		4,270	,000
	KualitasProduk ,300	,112	,265	2,680	,009

Harga	,235	,103	,225	2,276 ,025
-------	------	------	------	------------

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil analisis regresi linear berganda diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS yang bisa dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 26,780 + 0,300X_1 + 0,235X_2 + e$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi $<0,1$ yaitu $0,076 < 0,1$ yang artinya signifikan dan thitung >tabel yaitu $1,794 > 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pempek DD secara positif dan signifikan.

Hasil analisis Anova diperoleh bahwa Fhitung sebesar 5,305. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,1 dan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 95$ sehingga didapat nilai Ftabel = 2,359. Jadi diketahui Fhitung $5,305 >$ nilai Ftabel 2,359 dan signifikansi sebesar $0,007 < 0,1$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. maka dapat disimpulkan bahwa $H_0 = 0$ (ditolak) dan $H_a = 0$ (diterima).

Selanjutnya, Uji R² digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kualitas produk. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh R-Square.

Tabel 3.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,317 ^a	,100	,082	3,778

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil dari uji koefisien determinasi bahwa kolom R-Square diketahui jumlah presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas sebesar 0,100 atau 10%. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen (variabel kualitas produk dan harga) terhadap keputusan pembelian sebesar 10%. Sedangkan sisanya (100% - 10% = 90%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pempek DD di Kecamatan Muara Sabak Barat.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan dari hasil uji parsial (Uji T) bahwa dapat diperoleh Thitung untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 2,281. Hal ini berarti Thitung (2,281) $>$ T tabel (1,661), dengan tingkat signifikansi yaitu sebesar $(0,025) < (0,1)$. Dari hasil tersebut

dinyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, berarti bahwa ada pengaruh pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan dari hasil uji parsial (Uji T) bahwa dapat diperoleh Thitung untuk variabel harga (X2) sebesar 1,794. Hal ini berarti Thitung (1,794) > T tabel (1,661), dengan tingkat signifikansi yaitu sebesar $(0,076) < (0,1)$. Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, berarti bahwa ada pengaruh pada variabel harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya strategi harga maka akan semakin besar keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan dari hasil uji simultan (uji F) bahwa dapat dapat diperoleh Fhitung sebesar 5,305. Hal ini berarti Fhitung (5,305) > F tabel (2,359), dengan tingkat signifikansi yaitu sebesar $(0,007) < (0,1)$. Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dalam hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pempek DD Kecamatan Muara Sabak Barat. Selain itu terdapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,100 atau 10% dan sisanya 90% dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian pada pempek DD Kecamatan Muara Sabak Barat(Y). Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian pada pempek DD Kecamatan Muara Sabak Barat (Y). Variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pempek DD Kecamatan Muara Sabak Barat. Dengan pengaruh sebesar 10% dan 90% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan pada hasil tanggapan responden yang telah diolah pada variabel kualitas produk bahwa kualitas produk telah mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Karena ini peneliti menyarankan pada toko pempek DD untuk lebih meningkatkan kualitas pada produk. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti memberi saran agar toko pempek DD lebih cermat lagi dalam menentukan kebijakan harga pada produk. Peneliti ini diharapkan dikembangkan dan peneliti selanjutnya dapat meniliti variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutkan juga dapat melakukan penelitian sejenis dan menambah variabel lain.

REFERENSI:

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44.
Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian kuantitatif. In Aswaja Pressindo.

- Abidin, N. Z. B. Z., & Singaravelloo, K. (2018). The effects of loyalty to accountability and public trust in local government service delivery. International Journal of Business and Management, 2(1), 1-6.
- Abidin, Z. (2020). Educational Management of Pesantren in Digital Era 4.0. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 17(2), 203-216.
- Abidin, Z. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pendidikan Islam: Paradigma, Berpikir Dan Kesiseteman. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 698-713.
- Abidin, Z., Bungsu, R., Djuddah, M., Alamsyah, M., & Maisah, M. (2020). Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Pada STIE Syari'ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(2), 160-170.
- Abidin, Z., Latif, M., & SS, A. S. (2022). The Influence Of Academic Culture, Leadership And Work Motivation On Career Development Of PTKIS Lecturers, Jambi Province.
- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. Journal of Chemical Information and Modeling, 3(2), 27-35.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. Widyakala Journal, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Arif Musthofa, M., & Ali, H. (2021). Factors Influencing Critical Thinking in Islamic Education in Indonesia: System, Tradition, Culture. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(1), 1-19.
- Astalini, A., Darmaji, M. I., Kuswanto, R. P., Anggraini, L., & Putra, I. (2020). Attitude and Self-confidence Students in Learning Natural Sciences: Rural and Urban Junior High School. Universal Journal of Educational Research, 8(6), 2569-2577.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. Akmami, 2(2), 204-219.
- Azhary, S. A. G., Suryadarma, I. G. P., Devitasari, P. I., & Kuswanto, K. (2020). Development of science e-flipbook integrated illegal sand mining on river basin to improve environmental care attitude. IJECA (International Journal of Education and Curriculum Application), 3(1), 26-30.
- Azhary, S. A., Supahar, S., Kuswanto, K., Ikhlas, M., & Devi, I. P. (2020). Relationship between behavior of learning and student achievement in physics subject. Jurnal Pendidikan Fisika Indonesia, 16(1), 1-8.
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Wisata Kuliner Dan Tempat Pariwisata. Cross-Border: Journal of International Border Studies, Diplomacy, and International Relations, 6(1), 664-678. <https://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/2026/1525>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga

- Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda." Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Journal of Applied Business Administration, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Halin, H. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan semen baturaja di palembang pada PT semen baturaja (persero) Tbk. Jurnal EcoMent Global 167, 4(1), 167–182.
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(3), 340–351. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16727>
- Ikhlas, M., Kuswanto, K., & Hartina, S. (2021). Do motivation, self-regulation, and interest predict student performance in physics? A case study in one of Indonesian rural high school. International Journal of Teaching and Case Studies, 12(4), 332-354.
- Ikhlas, M., Kuswanto, K., & Quicho, R. F. (2021). The Relationship between Multiple Intelligences of Preservice Elementary Teacher toward Their Gender and Performances. Profesi Pendidikan Dasar, 8(2), 84-97.
- Ikhlas, M., Kuswanto, K., Sakunti, S. R., Debi, M. R., & Collantes, L. M. (2021). A Sequential Explanatory Investigation in using ICTs on Arabic Language and Islamic Values Education: Teacher-Students Perspective. Indonesian Journal on Learning and Advanced Education (IJOLAE), 3(3), 153-167.
- Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing Dalam Pelestarian Lingkungan. Jurnal Pamator, 11(1), 10–18.
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L., Rahayu, S., & Ramadhani, A. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1 SE-Articles), 1–6. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/264>
- Kadarrah, S., Musthofa, M. A., & Lukito, H. (2021). Implementasi Model Timbangan Pada Praktik Jual Beli Pinang Dalam Perspektif Islam. Al-Mubin: Islamic Scientific Journal, 4(1), 55-62.
- Kasdi, A. (2016). Permintaan Dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus Di Pasar Bintoro Demak). BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 4(2), 18. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i2.2688>
- Kuswanto, K. (2020). Where is The Direction Of Physics Education?. Jurnal Pijar Mipa, 15(1), 59-64.
- Mahardika, Naruli, A., & Selviasari, R. (2023). Analisis biaya produksi dalam menentukan harga jual bagi usaha meubel. Jurnal Ilmiah Cendekia Akutansi, 8(4), 1–13.
- Maison, M., Darmaji, D., Kurniawan, D. A., Astalini, A., Kuswanto, K., & Ningsi, A. P. (2021). Correlation of science process skills on critical thinking skills in junior high

- school in Jambi City. *Jurnal Penelitian Fisika dan Aplikasinya (JPFA)*, 11(1), 29-38.
- Musthofa, M. A., & Ali, H. (2021). Faktor yang mempengaruhi berpikir kritis dalam pendidikan Islam di Indonesia: Ksisteman, tradisi, budaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 1-19.
- Nurjali, N., & Rosadi, K. I. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Al-Qur'an Dan Hadits Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam: Manajemen, Guru, Lingkungan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 20-37.
- Poedji, S., & Gunawan, B. (2021). Pemilihan Lokasi Strategis Bisnis Bidang Kuliner Menggunakan Metode the Extended Promethee II. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(1), 172-183.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21-24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/28825/28140>
- Rossitya Dwi Setyawardani. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230-239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Ruwaidah, R., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Arisan Uang Dalam Menambah Kesejahteraan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Pandan Lagan Kecamatan Geragai). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 180-187.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Sari, Y. E., Musthofa, M. A., & Mutiara, D. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kota Jambi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 212-218.
- Sarina, S., Abidin, Z., & Yatima, K. (2021). Upaya Meningkatkanpendapatan Melalui Jual Beli Online Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Baju Afa Collection Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 198-211.
- Setiawati, L., Musthofa, M. A., & Daud, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Air Mineral Isi Ulang Aser Water Dalam Pandangan Ekonomi Islam Di Desa Pandan Lagan Kecamatan Geragain. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 79-84.
- Sinabela, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231-240.
- Sisran, S., Ali, H., & Rosadi, K. I. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Politik Islam Di Indonesia: Sistem, Manajemen, Dan Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 38-51.
- Surahman, S., Abidin, Z., & Haeran, H. (2021). Implementasi sistem gadai tanah kebun dalam perspektif hukum islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1524-1529.
- Syahrial, S., Kurniawan, D. A., Perdana, R., Ikhlas, M., & Kuswanto, K. (2020). How

- Teacher's Interests and Competencies in Doing Research?: Sequential Explanatory Analysis in Elementary School Teacher. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 10(2), 199-214.
- Wandi, H., Mustofa, M. A., & Sapjeriani, S. (2021). Penyaluran Zakat Produktif Baznas Kabupaten Tanjung Jabung Timur Dalam Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Kecamatan Sadu). *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 22(1), 1-16.
- Wandi, W. (2019). Konflik Sosial Suku Anak Dalam (Orang Rimba) di Provinsi Jambi. *Simulacra*, 2(2), 195-207.
- Wandi, W., Musthofa, M. A., & Abidin, Z. (2019). Integrasi, Interkoneksi & Keislaman, Kebangsaan dan Nahdlatul Wathanâ€ Perspektif Historis dari Nahdlatul Wathan untuk Indonesia. *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 1-13.
- Wandi, W., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2019). MENELAAH KEMBALI GAGASAN PEMIKIRAN DAN PERJUANGAN AHMAD SYAFII MAARIF JALAN TENGAH KEBERAGAMAN. *KERATON: Journal of History Education and Culture*, 1(2).
- Yanti, S., Abidin, Z., & Nisak, S. K. (2021). Implementasi Manajemen Bisnis Islami Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Di Toko Baju Dewi Busana Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 199-211.
- Yatima, K., Astika, Y. W., & Kadarsih, S. (2020). APPLYING PEER FEEDBACK ON STUDENTS' DESCRIPTIVE WRITING IN EFL CLASSROOM: A CLASSROOM ACTION RESEARCH AT ONE OF ISLAMIC SENIOR HIGH SCHOOL IN JAMBI. *International Journal of Southeast Asia*, 1(2).
- Yulianti, D., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65-76.
- Yulianti, D., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65-76.