

Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian “Sego Njamoer Di Sunrise Mall Mojokerto

Eka Seftiana Nur Zhakiah

Dosen 1 : Budi Utami, SE., MM Dosen 2 : Eny Setyaningsih, SE., MM
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Islam majapahit
Email : ekazhakiah@gmail.com

Abstrak

Objek penelitian ini merupakan produk kuliner dari salah satu bisnis franchise yang baru di kenal oleh masyarakat. Strategi yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan mengedepankan ciri khas produk. Keputusan pembelian konsumen menjadikan salah satu aspek penting dalam penelitian ini untuk mengukur apa yang menjadi alasan konsumen membeli produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk dan harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Sego Njamoer di Sunrise Mall Mojokerto. Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner responden. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*, teknik pengelolaan data yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan dan uji hipotesis (uji F dan uji t)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (2) secara simultan seluruh variabel pada penelitian ini berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Produk,Harga,Keputusan Pembelian.*

ABSTRACTION

The object of this research is a culinary product from one of the new franchise businesses known by the public. The strategy used by the company is to prioritize the characteristics of the product. Consumer purchasing decisions make one of the important aspects in this study to measure what is the reason consumers buy products.

This study aims to find out the products and prices have an effect simultaneously and partially on the purchase decision of Sego Njamoer at Sunrise Mall Mojokerto. This type of research in this thesis is descriptive research with a quantitative approach, using primary data obtained from the results of the respondents' questionnaires. In this study the sample used is Accidental Sampling, data management techniques used are validity test, reliability test, classic assumption test and hypothesis testing (F test and t test)

The results of this study indicate that (1) partially the product and price have a positive effect on purchasing decisions, (2) simultaneously all variables in this study have a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product, Price, Purchase Decision.*

A. PENDAHULUAN

Saat ini ada berbagai macam jenis usaha yang dapat menjadi peluang dalam dunia usaha. Salah satu bidang usaha yang sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah dibidang kuliner. Bisnis kuliner saat ini seakan sedang naik daun. Para pelaku bisnis kuliner seakan tidak kehabisan ide dalam memunculkan sebuah produk yang mudah menarik minat para pecinta kuliner. Salah satu konsep usaha kuliner yang saat ini sedang menjamur adalah konsep *franchise* atau yang lebih di kenal dengan waralaba. Salah satu cara para pelaku bisnis *food service* agar dapat bertahan dalam persaingan yaitu dengan mengutamakan keunggulan suatu produk dari segi kualitas, ciri khas produk dan variasi produk, Menurut Kotler, (2013:4) Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi dan ide.

CV. Sejo Njamoer merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis makanan dengan konsep waralaba di kota Mojokerto yang segmentasi pasar pada konsumen menengah-kebawah. Perusahaan ini memproduksi makanan alternatif dari olahan jamur tiram yang di kukus yang di balut dengan nasi dan di bentuk layaknya onigiri makanan asal jepang dan di bungkus mobile packing ala fast food. Produk yang di hasilkan akan selalu hangat karena di produksi ketika ada konsumen yang memesan.

CV. Sejo Njamoer dalam mempertahankan konsumennya, dengan menambah varian produk yang beraneka ragam, namun tidak meninggalkan ciri khas bahan utamanya yaitu Jamur, selain nasi jamur produk lain ialah, pentol jamur, sate jamur, kebab jamur, sosis jamur, dan masih banyak lagi. Dari beragam produk tentu berbeda pula harga yang di tawarkan dari masing – masing produknya.

Dalam pemasaran sebuah produk yang memiliki sebuah ciri khas tentunya akan kalah bersaing jika hanya memiliki satu varian produk saja, disini peran variasi produk atau keanekaragaman produk sangat diandalkan, begitupun juga dengan kualitas produk , karena dengan keunggulan ciri khas produk,beragamnya produk dan kualitas produk yang ditawarkan bisa menambah daya beli konsumen, dan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari sini penulis ingin mencoba penelitian pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk *Sejo Njamoer* .

Selain dari segi produk keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh harga, mungkin tidak semua konsumen memperdulikan harga suatu produk yang di tawarkan, namun tidak sedikit pula konsumen yang kritis terhadap harga yang di tawarkan, karena setiap konsumen memiliki perilaku masing – masing dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler dalam Ainnur Rofiq dan M. Hufrom (2017) Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang di lakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan di atas, menarik minat penulis untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Sejo Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan , penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Produk (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Sejo Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto ?

2. Apakah variabel Produk (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto ?

Tujuan Penelitian

Atas latar belakang dan rumusan masalah di atas penulis menemukan tujuan dari penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah variabel Produk (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto
2. Untuk mengetahui apakah berpengaruh variabel Produk (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dikemukakan menjadi dua sisi ;

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti :

Menambah wawasan pengetahuan dan daya nalar, serta pemahaman sesungguhnya atas teori – teori yang diperoleh selama perkuliahan.

- b. Bagi Akademis :

Penelitian yang dilakukan berdasarkan metode ilmiah di harap mampu memberikan sumbangsih yang signifikan dan berbobot bagi perkembangan keilmuan.

- c. Bagi Peneliti Lain :

Sebagai referensi pembandingan yang relevan untuk penelitian lebih lanjut.

- d. Bagi Perusahaan :

Sebagai referensi perusahaan atau manager perusahaan untuk mengambil keputusan dalam meningkatkan pemasaran produknya.

B. KAJIAN LITERATUR

Dari yang di pahami konsumen melakukan keputusan pembelian dari hal-hal yang mempengaruhi, bisa dari produk yang berorientasi pada kualitas produk, seberapa jauh kualitas produk dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian ataupun bisa juga berorientasi pada variasi produk, semakin banyak variasi produk yang di tawarkan konsumen akan menjadi penasaran dan terus ingin mencoba , hal lain yang mempengaruhi juga bisa dari harga, jika harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk tentu berpengaruh pada keputusan pembelian

Produk ialah segala sesuatu yang di tawarkan oleh pasar di dalamnya memiliki masalah harga, warna, nama baik pabrik/perusahaan, pelayanan pabrik/perusahaan serta pengecer yang dapat diterima pembeli guna untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler, (2013:4) Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi dan ide.

American Society dalam Kotler dan Keller (2016:156) mendefinisikan sebagai berikut kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau layanan yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan.

Menurut Kotler dalam Wisnu Dian Efendi (2018) Variasi produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek yang dapat di bedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain.

Menurut Sangadji (2013:15) Produk adalah segala sesuatu yang di tawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Harga adalah sebuah biaya yang di bebaskan oleh produsen terhadap konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk membeli suatu produk dan pelayanan yang menyertainya.

Menurut Nirwana (2012:116) harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen.

Buchari Alma (2013:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik budaya, produk, harga, lokasi promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

C. METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian menggunakan data berupa angka yang di analisis menggunakan statistik. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan apa adanya suatu variabel , gejala atau keadaan. Pendekatan kuantitatif yaitu mementingkan adanya variabel-variabel yang di definisikan dalam bentuk operasionalisasi setiap variabel. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Produk (X1), Harga (X2) , Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer ialah data yang didapat atau diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (konsumen *Sego Njamoer* di Sunrise Mall).

Berikut adalah Variabel dan DevinisiOperasional :

1. Produk

Produk adalah Segala sesuatu yang di tawarkan oleh pasar yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat, properti, organisasi, informasi maupun ide yang di dalamnya memiliki masalah warna, harga nama baik pabrik, pelayanan pabrik serta pengecer yang di terima oleh pembeli guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Indikator :

- a. Manfaat yang di berikan produk
- b. Produk sesuai harapan konsumen
- c. Fasilitas lebih yang di berikan
- d. Varian Produk

e. Desain dan penampilan

2. Harga

Harga adalah sebuah biaya yang di bebaskan oleh produsen terhadap konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk membeli suatu produk dan pelayanan yang menyertainya.

Indikator :

- a. Skema harga yang di tawarkan terjangkau
- b. Harga yang di tawarkan memiliki daya saing yang kuat
- c. Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat produk

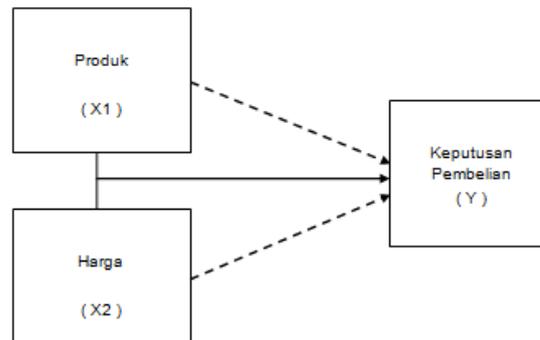
3. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian yaitu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh keuangan, teknologi, budaya, produk, harga, lokasi dan promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk sikap konsumen dalam mengolah segala informasi dan mengambil keputusan berupa produk apa yang akan dibeli.

Indikator :

- a. Mencari Informasi seputar produk
- b. Memberikan keputusan untuk membeli

Kerangka penelitian di sajikan dalam bentuk gambar yang menunjukkan hubungan masing-masing :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Kerangka Konseptual diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto

H2 : Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Sego Njamoer* di Sunrise Mall Mojokerto

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas ini di gunakan peneliti untuk mrngrtahui valid atau tidaknya data kuesioner. Hasil uji sebagai berikut :

Variabel	r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\% (=303)}$	Interpretasi
Produk			
1	0,221	0,113	VALID
2	0,467	0,113	VALID

3	0,528	0,113	VALID
4	0,753	0,113	VALID
5	0,543	0,113	VALID
Harga			
1	0,424	0,113	VALID
2	0,500	0,113	VALID
3	0,549	0,113	VALID
Keputusan Pembelian			
1	0,555	0,113	VALID
2	0,560	0,113	VALID
3	0,549	0,113	VALID

Dari hasil uji validitas seperti yang disajikan dapat diketahui bahwa item pernyataan valid karena berkorelasi dengan skor faktornya pada taraf signifikansi 0,05. Item pernyataan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari $r_{tabel} = 0,113$. Dikarenakan seluruh item pernyataan valid, maka seluruh item pernyataan sah untuk menjadi instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat ditentukan dari nilai masing-masing Cronbach's Alpha lebih dari 0,50 dari setiap variabel, Hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Uji Reliabilitas Produk

<i>Cronbach Alpha</i>	N of Item
0.764	6

Uji Reliabilitas Harga

<i>Cronbach Alpha</i>	N of Item
0.845	4

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

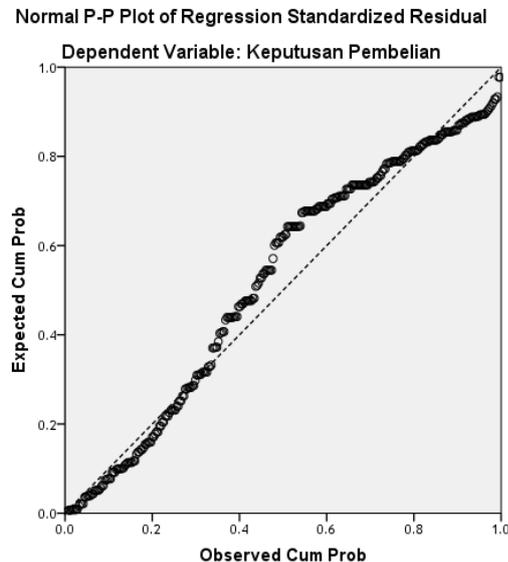
<i>Cronbach Alpha</i>	N of Item
0.860	4

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa dari semua variabel mempunyai hasil koefisien Cronbach Alpha cukup besar yaitu diatas 0,50 sehingga dapat dinyatakan semua konsep pengukur dari masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliable sehingga selanjutnya item pada masing-masing konsep variabel tersebut dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.



Dari gambar di atas, dapat dinyatakan bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y dengan sumbu X. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan kembali bahwa pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

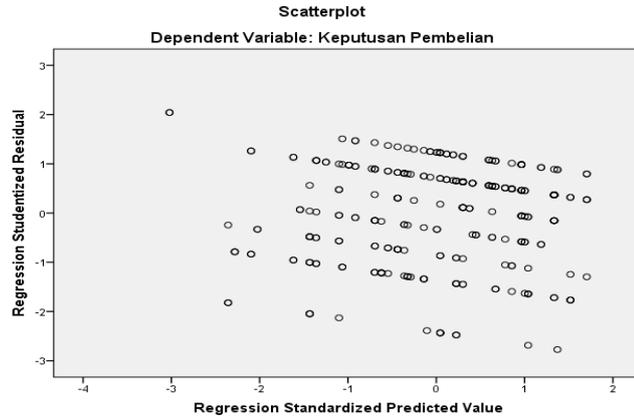
Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen jika nilai $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala Multikolinieritas (Gozali, 2011)

Variabel	Collinearity Statistic			
	Tolerance	Ket	VIF	Ket
Produk	0,992	>0,1	1,008	<10
Harga	0,992	>0,1	1,008	<10

Dari hasil uji di atas nilai tolerance pada variabel produk sebesar 0,992 maka nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,1 sedangkan pada nilai VIF pada variabel produk sebesar 1.008, maka nilai tersebut < 10 , sedangkan pada variabel harga nilai tolerance diketahui sebesar 0,992, maka nilai tersebut $> 0,1$ dan pada nilai VIF variabel produk sebesar 1,008, maka < 10 . Dari masing – masing nilai tolerance dan VIF pada kedua variabel yaitu Produk dan Harga, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas pada kedua variabel bebasnya.

Uji Heterokedasitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Scatter-plots* sebagai berikut :



Berdasarkan hasil *Scatter-plots* di atas menunjukkan bahwa varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedasitas, Hal ini dapat dilihat dari titik – titik yang menyebar secara acak di bagian atas angka nol ataupun di bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.924^a	.854	.853	1.92697	2.128

Tabel diatas dapat dinyatakan bahwa DW (Durbin-Waston) sebesar 2.628 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikan 5% jumlah sampel 303 (n), maka di tabel :

N	K= 4	
	dL	dU
303	1,7279	1,8094

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dinyatakan nilai $dU < d < 4 - dU$ artinya $1,7887 < 2,628 < 4 - 1,8094$. Jadi dapat disimpulkan $1,7279 < 2,128 < 2,1904$, maka tidak ada atau tidak terjadi autokorelatif, positif atau negative pada uji ini.

Hasil Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	74.369	2	37.185	10.014	.000^b
Residual	1113.967	300	3.713		
Total	1188.337	302			

Sumber : Data primer yang diolah , 2018

Dari hasil uji F pada tabel 4.11 dapat di tentukan hasil bahwa nilai F_{hitung} sebesar 10.014 nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 3.03 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai Signifikan jauh lebih kecil dari 0,1 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksikan keputusan pembelian atau dapat di katakan bahwa variabel produk dan harga secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sego njamoer di Sunrise Mall Mojokerto.

Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.973	0,834		9,555	0,000
Produk	0,92	0,34	0,154	2,736	0,007
Harga	0,165	0,050	0,184	3,278	0,001

Sumber: Data primer yang diolah,2018

Dari data yang telah diolah dan pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa :

- Variabel produk menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $2,736 > 1,968$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 yaitu $0,007 < 0,1$, maka dari itu variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- Variabel harga menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $3,278 > 1,968$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 yaitu $0,001 < 0,1$, maka dari itu variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hasil dari penjabaran uji t (parsial), dapat di simpulkan bahwa variabel produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sego Njamoer di Sunrise Mall Mojokerto.

Koefisiensi Korelasi (R)

Digunakan untuk menghitung tingkat keeratn hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jangkauan nilai R adalah berkisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variabel bebas bersama-sama dan variabel terikat semakin kuat.

Tabel Uji Koefisiensi Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.250 ^a	.063	.056	1.92697

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien korelasi sebesar 0,250. Sehingga di nyatakan terdapat hubungan yang positif antara variabel produk dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian. Namun dari hasil tersebut pula hubungan di katagorikan lemah, karena lebih dekat dengan angka 0 dibandingkan angka 1.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya menguji seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.250 ^a	.063	.056	1.92697

Sumber : output spss, 2018

Berdasarkan tabel diatas besarnya R Square adalah 0,63, hal ini berarti 6,3 % variabel keputusan pembelian di pengaruhi oleh produk dan harga, sisanya sebesar 93,7 dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian ini dengan melakukan pengujian secara statistik menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk dan harga, terlihat secara simultan keseluruhan variabel produk dan harga secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari masing–masing pembahasan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Produk dan harga secara bersama – sama berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan output SPSS yang di dapat, hasil penelitian menuntukkan bahwa ada pengaruh secara bersama – sama antara variabel produk dan variabel harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan uji F didapati nilai F_{hitung} sebesar 10.014 nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 3.03 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai Signifikan jauh lebih kecil dari 0,1 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksikan keputusan pembelian atau dapat di katakan bahwa variabel produk dan harga secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sego njamoer di Sunrise Mall Mojokerto.

2. Pengaruh produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan output SPSS yang di dapat, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk dan variabel harga memiliki pengaruh tersendiri terhadap keputusan pembelian.

Hasil dapat dijabarkan sebagi berikut :

- a. Variabel produk menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $2,736 > 1,968$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 yaitu $0,007 < 0,1$, maka dari itu variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Variabel harga menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $3,278 > 1,968$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 yaitu $0,001 < 0,1$, maka dari itu variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hasil dari penjabaran dapat di simpulkan bahwa variabel produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sejo Njamoer di Sunrise Mall Mojokerto.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui variabel produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sego Njamoer di Sunrise Mall Mojokerto. Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil uji F (simultan) menuntukkan hasil penelitian bahwa ada pengaruh secara bersamaan produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sego Njamoer di Sunrise Malla Mojokerto. Hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20 dengan memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan < 0.1
2. Hasil Uji t (parsial) yang dilakukan pada hipotesis kedua dapat disimpul bahwa variabel produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sego Njamoer, dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig < 0.1 .

Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada perusahaan dalam hal ini harus selalu melakukan riset terus-menerus untuk mengetahui apakah produk dan harga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian produk Sego Njamoer.
2. Produk dan harga pada Sego Njamoer yang dianggap hampir keseluruhan responden sudah baik, maka pihak perusahaan sebaiknya mempertahankannya, agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Pada penelitian ini peneliti hanya mengukur variabel produk dan harga terhadap keputusan pembelian, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meneruskan dan mengembangkan penelitan ini.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambahkan variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini seperti citra merek dan gaya hidup yang diperoleh hasil penelitian yang lebih luas dan akurat

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2014) *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Cetakan ketiga. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Farhan Odius. 2014. *Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan beli*. UPI “YPTK” : Padang
- Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19. Semarang: BP Universitas Diponegoro. 2011
- Kotler, Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Penerbit Erlangga:Jakarta
- _____. 2012 *Manajemen pemasaran*. Edisi ke tiga belas, Jilid 2, Penerbit Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2015. *Principel of Marketing*, Jakarta : Erlangga.
- _____, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*.bumi Aksara: Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RND* Cetakan Ke Sembilanbelas. Bandung : Alfabeta.
- _____,(2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan Dua Puluh Empat, Alfabeta. Bandung – Indonesia.
- _____, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RND* Cetakan Ke-22. Bandung : Alfabeta.
- Jurnal
- Koto F Kartika Dessy, 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan*. Universitas Methodist Medan. Medan – Indonesia.
- Efendi Wisnu Dian, 2018. *Pengaruh Variasi Produk, Kemasn Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina Di Mini Market Wilayah Kota Kediri*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Kediri – Indonesia.
- Efnita Titik, 2017. *Pengaruh variasi Produk, Kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer*. Universitas Putera batam. Batam, indonesia
- Rofiq Ainnur, 2017.*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store*. Universitas Islam Malang. Malang – Indonesia.
- Vici Vidi Yuan, 2018. *Pengaruh Harga, Gaya Hidup Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Pasar Tradisional Petisah Medan*. Universitas Sumatra Utara. Sumatra – Indonesia.
- Rusli, 2017 Analisis Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di Makassar. Universitas Islam Negri Aluddin. Makassar – Indonesia.
- Koto Dessy Kartika F, 2017 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan. Universitas Sumatra Utara. Sumatra - Indonesia.