

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI LIBERIKA DALAM
PERSPEKTIF ISLAM PADA GERAI
UMKM MEKAR JAYA**

Neneng Fatimah; Sri Kasnelly; Abd. Hamid
Email: nenengvivo23@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah
Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal
Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi

ABSTRAK

Harga dan kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Gerai UMKM Mekar Jaya membuka usaha kopi siap olah dan siap saji. Meskipun harga kopi berbeda agak mahal dengan kopi di warung biasa namun konsumen yang datang melakukan pembelian cukup banyak yaitu setiap hari rata-rata 50 orang dan penjualan pun setiap bulannya mengalami peningkatan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) Harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika pada gerai UMKM Mekar Jaya. (2) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika pada gerai UMKM Mekar Jaya. (3) Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika pada gerai UMKM Mekar Jaya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke gerai UMKM Mekar Jaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,385 ($p < 0,05$). Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,629 ($p < 0,05$). Secara bersama-sama harga dan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F_{hitung} sebesar 0,214 ($p < 0,05$) dan nilai R^2 sebesar 99,4%

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Tanaman kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di Indonesia dan di dunia serta berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi liberika merupakan salah satu kopi yang banyak dikembangkan di kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi yang lebih dikenal dengan nama Kopi Liberika Tungkal Jambi. Komoditi kopi ini merupakan komoditi andalan di kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Kopi liberika dikembangkan untuk menggantikan tanaman kopi arabika yang terserang wabah penyakit karat daun. Kopi liberika Tungkal berasal dari kopi jenis liberika yang dikembangkan pertama kali oleh H. Sayuti di kelurahan Mekar Jaya kecamatan Betara kabupaten Tanjung Jabung Barat. Bibit diperoleh dari kebun kopi di Malaysia pada tahun 1940 dan dikembangkan secara luas pada tahun 1979 sampai tahun 1980. Kabupaten Tanjung Jabung Barat merupakan penghasil kopi liberika dengan produksi yaitu sekitar 270 ton/tahun dengan luas perkebunan di tahun 2016 seluas 3.034 Ha.¹ Peningkatan produksi terus berkembang di ikuti dengan harga jual yang baik.

Dalam dunia bisnis, penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen yang sangat penting, sebab berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.² Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi.

Usaha perdagangan perniagaan dan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis dihalalkan di dalam Islam.³ Terdapat dalam al-qur`an Surah Al-baqarah ayat 275 sebagai berikut :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya :”... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan karena dengan

¹Wawancara dengan Bapak Sulaiman. Tanggal 6 April 2019 di Gerai UMKM Mekar Jaya.

²Hadri Kusuma,dkk.*Akuntansi Manajemen*,(Yogyakarta:Ekonesia,2013), hlm.163

³*Ibid*.hlm. 81

meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk dapat berekspansi dipasar global.

Islam menganjurkan agar konsumen mengkonsumsi produk yang berkualitas, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-qur`an surah al-baqarah ayat 168 :

Artinya:.. *“hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang*

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

terdapat dibumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”⁴

Gerai UMKM Mekar Jaya membuka usaha kopi siap olah dan siap saji. Selain itu juga membuka wadah untuk memajang dan memasarkan produk makanan seperti keripik kopi, ting ting jahe, kletek udang, rempeyek keripik bawang dan beberapa jenis camilan. Para pelaku usaha lokal juga memasarkan salah satunya yaitu kopi liberika. Kopi yang dijual berasal dari kopi masyarakat sekitar wilayah Mekar Jaya, dalam bentuk kopi kering yang kemudian di kelola di gerai lalu dijadikan sebuah produk unggulan yang di packing dalam bentuk kemasan dan ada pula dalam bentuk siap saji. Produk yang disajikan pun berbagai macam harga dan varian dari setiap kemasan. Dari sekian banyak kedai kopi yang ada di Kabupaten Tanjab Barat tidak sedikit konsumen yang menikmati kopi di gerai UMKM Mekar Jaya. Meskipun harga kopi berbeda agak mahal dengan kopi di warung biasa namun konsumen yang datang melakukan pembelian cukup banyak yaitu setiap hari rata-rata 50 orang dan penjualan pun setiap bulannya mengalami peningkatan.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika di gerai UMKM Mekar Jaya ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika di gerai UMKM Mekar Jaya ?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi Liberika di gerai UMKM Mekar Jaya ?

⁴Departemen agama RI Al-Qur`an dan Terjemah

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi Liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya.
3. Untuk menguji secara simultan harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya.

TEORI OPERASIONAL

1. Harga

Harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsian, penggunaan, atau kepemilikan suatu barang, dan jasa. Sebagai nilai, harga tidak selalu berbentuk uang, akan tetapi bisa berbentuk barang, tenaga, waktu, keahlian sepanjang dikorbankan untuk memperoleh suatu barang atau jasa.⁵

Menurut Tjaslim dalam Tjiptono indikator harga :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Pertumbuhan harga pesaing
- c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Wicaksono arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam skripsi Rina Sukmawati, terdapat delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan oleh Garvin. Dimensi-dimensi tersebut adalah :

1. Kinerja (*Performance*)
2. Fitur Produk (*Features*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*)
5. Daya tahan (*durability*)
6. Kemampuan untuk diperbaiki (*servicebility*)
7. Estetika (*aesthetic*)

⁵Donni Juni Priansa, *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta,2017), hlm. 209-210

8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)⁶

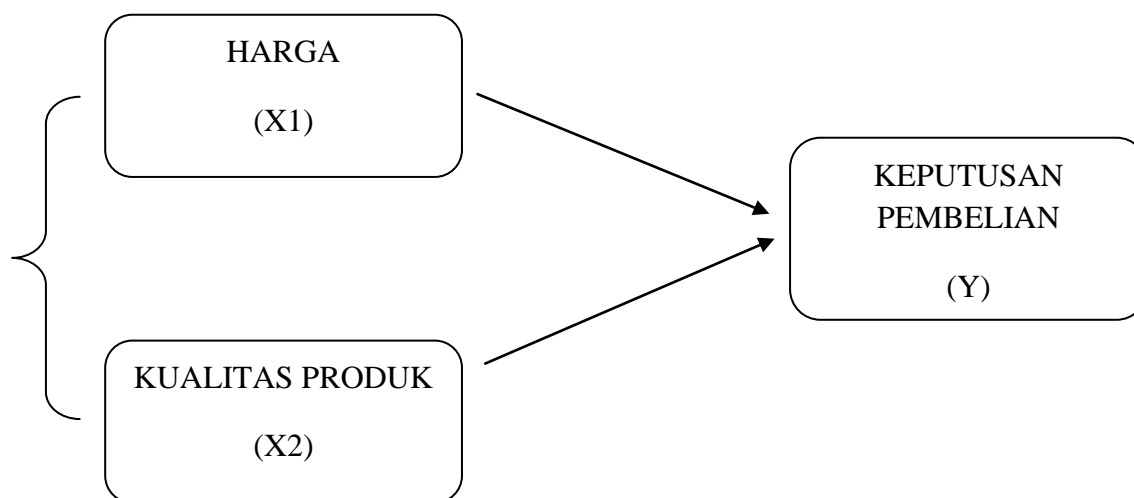
3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia bebrapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Menurut Kotler indikator pengambilan keputusan pembelian yaitu :

- a) Perhatian
- b) Ketertarikan
- c) Keinginan
- d) Tindakan

KERANGKA BERFIKIR

Kerangka pemikiran merupakan suatu alur yang menggambarkan proses riset secara keseluruhan. Dengan demikian, pembaca langsung mendapat gambaran menyeluruh tentang riset dengan melihat kerangka pemikiran.⁷



Keterangan:

- { :Pengaruh secara simultan
- : Pengaruh antara masing-masing variabel
- X1 : Penetapan harga kopi liberika
- X2 : Kualitas produk kopi liberika
- Y : Keputusan pembelian

⁶Rina Sukmawati Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” pada tahun 2017

⁷Albert Kurniawan, Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.56

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁸ Maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis (H_{01}): Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM mekar Jaya.
Hipotesis (H_{a1}): Berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM mekar Jaya.
2. Hipotesis (H_{02}) : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya.
3. Hipotesis (H_3) : Harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yang dianggap sesuai dengan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipakai penulis yaitu: observasi, kuesioner (angket), dokumentasi dan wawancara.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang tidak diketahui jumlahnya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representasi (mewakili).¹⁰

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability* yaitu sampling aksidental. Ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Dengan teknik ini, peneliti memilih sampel secara spontanitas atau siapa saja yang dianggap dapat mewakili

⁸Sugiyono. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm. 64.

⁹Ibid, hlm. 80.

¹⁰Ibid, hlm. 81.

populasi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.¹¹ Seperti yang akan peneliti lakukan sekarang ini yaitu peneliti ingin mengetahui keputusan pembelian kopi liberika pada konsumen di Gerai UMKM yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, maka sampel yang dipilih adalah semua konsumen yang datang ke gerai. Dalam penelitian ini peneliti membatasi ukuran sampel berjumlah 70 sampel.

INSTRUMEN PENELITIAN

Data pada penelitian mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel.¹²

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data diartikan sebagai data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.¹³

1. Uji Prasyarat Analisis

Untuk memenuhi prasyarat analisis data, maka dilakukan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu.¹⁴

a. Pengujian hipotesis dengan uji t (t-student)

1. Menentukan taraf signifikan
2. Menentukan t hitung
3. Menentukan kriteria
4. Menarik kesimpulan

b. Koefisien Determinasi (R^2)

c. Analisis Regresi Linear Berganda

¹¹Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 210.

¹²V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 160.

¹³*Ibid*, hlm. 121.

¹⁴Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008). hlm. 140.

Regresi Linier berganda merupakan hubungan secara linier antara lebih dari satu variabel Independent dengan variabel Dependent. Rumus regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Ket: Y = variabel dependent

X₁X₂ = variabel independent

a = konstanta (Nilai Y apabila x=0)

b₁b₂ = koefisien regresi. ¹⁵

HASIL PENELITIAN

Analisis pengujian instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Hasilnya dapat dijelaskan satu per satu sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas

a) Variabel Harga (X₁)

Berikut ini adalah hasil uji validitas yang diberikan kepada 70 responden dengan 8 butir pernyataan.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Item Harga (X₁)

| Harga (X ₁) | r tabel | r hitung | Keterangan |
|-------------------------|---------|----------|------------|
| 1 | 0,196 | 0,390 | Valid |
| 2 | 0,196 | 0,277 | Valid |
| 3 | 0,196 | 0,561 | Valid |
| 4 | 0,196 | 0,585 | Valid |
| 5 | 0,196 | 0,454 | Valid |
| 6 | 0,196 | 0,246 | Valid |
| 7 | 0,196 | 0,403 | Valid |
| 8 | 0,196 | 0,382 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil uji validitas untuk butir pernyataan harga kopi liberika digerai UMKM Mekar Jaya (X₁) di dapat hasil r hitung butir pernyataan 1 sebesar 0,390, butir pernyataan 2 sebesar 0,277, butir pernyataan 3 sebesar 0,561, butir pernyataan 4 sebesar 0,585, butir pernyataan 5 sebesar 0,454, butir pernyataan 6 sebesar 0,246, butir pernyataan 7 sebesar 0,403, dan butir pernyataan 8 sebesar 0,382. Jika r hitung > r tabel (0,196) dengan nilai signifikansi (*p value*) < 0,05 maka ke-8 item pernyataan dalam variabel harga dinyatakan valid.

b) Variabel Kualitas Produk (X₂)

¹⁵ Esti Yuandari dan Topan Aditya rahman. *Op.Cit*, hlm. 192.

Berikut ini adalah hasil uji validitas yang diberikan kepada 70 responden dengan 12 butir pernyataan.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Item Kualitas Produk (X₂)

| Kualitas Produk (X₂) | r tabel | r hitung | Keterangan |
|--|----------------|-----------------|-------------------|
| 1 | 0,196 | 0,349 | Valid |
| 2 | 0,196 | 0,346 | Valid |
| 3 | 0,196 | 0,370 | Valid |
| 4 | 0,196 | 0,406 | Valid |
| 5 | 0,196 | 0,496 | Valid |
| 6 | 0,196 | 0,499 | Valid |
| 7 | 0,196 | 0,425 | Valid |
| 8 | 0,196 | 0,445 | Valid |
| 9 | 0,196 | 0,545 | Valid |
| 10 | 0,196 | 0,369 | Valid |
| 11 | 0,196 | 0,557 | Valid |
| 12 | 0,196 | 0,506 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil uji validitas untuk butir pernyataan kualitas produk (X₂) didapat hasil r hitung butir pernyataan 1 sebesar 0,349, butir pernyataan 2 sebesar 0,346, butir pernyataan 3 sebesar 0,370, butir pernyataan 4 sebesar 0,406, butir pernyataan 5 sebesar 0,496, butir pernyataan 6 sebesar 0,499, butir pernyataan 7 sebesar 0,425, butir pernyataan 8 sebesar 0,445, butir pernyataan 9 sebesar 0,545, butir pernyataan 10 sebesar 0,369, butir pernyataan 11 sebesar 0,557, butir pernyataan 12 sebesar 0,506. Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel kualitas produk (X₂) diketahui bahwa semua item pernyataan r hitung > r tabel (0,196) dengan nilai signifikansi (*p value*) < 0,05 sehingga ke-12 item pernyataan dalam variabel kualitas produk dinyatakan valid.

c) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berikut ini adalah hasil uji validitas yang diberikan kepada 70 responden dengan 8 butir pernyataan.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Item Keputusan Pembelian (Y)

| Keputusan Pembelian (Y) | r tabel | r hitung | Keterangan |
|--------------------------------|----------------|-----------------|-------------------|
| 1 | 0,196 | 0,471 | Valid |
| 2 | 0,196 | 0,510 | Valid |
| 3 | 0,196 | 0,633 | Valid |
| 4 | 0,196 | 0,596 | Valid |
| 5 | 0,196 | 0,713 | Valid |

| | | | |
|---|-------|-------|-------|
| 6 | 0,196 | 0,597 | Valid |
| 7 | 0,196 | 0,627 | Valid |
| 8 | 0,196 | 0,603 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil uji validitas untuk butir pernyataan keputusan pembelian (Y) didapat hasil r hitung butir pernyataan 1 sebesar 0,471, butir pernyataan 2 sebesar 0,510, butir pernyataan 3 sebesar 0,663, butir pernyataan 4 sebesar 0,596, butir pernyataan 5 0,713, butir pernyataan 5 sebesar 0, 713, butir pernyataan 6 sebesar 0,597, butir pernyataan 7 sebesar 0,627, butir pernyataan 8 sebesar 0,603. Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel keputusan pembelian (Y) diketahui bahwa semua item pernyataan r hitung $>$ r tabel (0,196) sehingga ke-8 item pernyataan dalam variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil olah SPSS seluruh item X_1 , X_2 , dan Y dipaparkan secara ringkas dalam tabel berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 , dan Y

| No | Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|----|---------------------|----------------|------------|
| 1 | Harga | 0,725 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Produk | 0,627 | Reliabel |
| 3 | Keputusan Pembelian | 0,726 | Reliabel |

Sumber: Data diolah, 2019

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa alpha pada uji reliabilitas Harga sebesar 0,725 atau lebih dari r_{tabel} (0,60) maka variabel dinyatakan reliabel, alpha Kualitas Produk sebesar 0,6327 atau lebih dari r_{tabel} (0,60) dan Keputusan Pembelian sebesar 0,726 atau lebih dari r_{tabel} (0,60) maka variabel dinyatakan reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data secara ringkas hasilnya dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas

| Variabel | Asymp. Sig (2-tailed) | Keterangan |
|----------|-----------------------|------------|
| Residual | 0,078 | Normal |

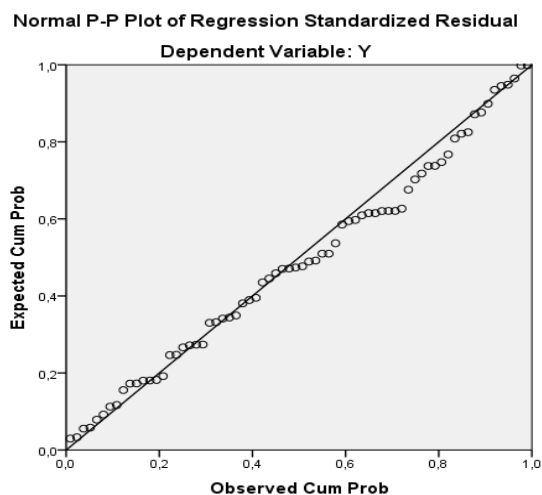
Sumber: Data diolah, 2019

Hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansinya (p value) sebesar ,078 $>$ 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi

asumsi normalitas atau dapat dikatakan sebaran data penelitian terdistribusi normal.

Uji normalitas juga bisa dilihat menggunakan grafik P-P Plot sebagai berikut:

Gambar 3 Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot



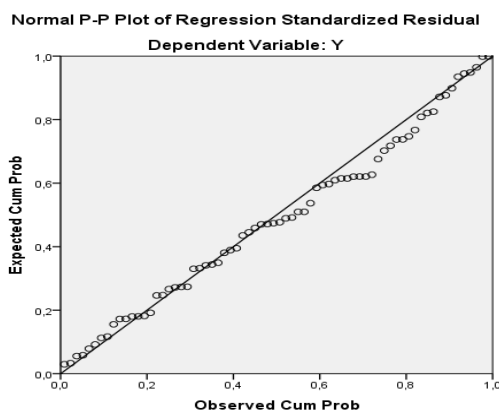
Sumber: Data diolah, 2019

Dari grafik P-P plot di atas terlihat bahwa data menyebar digaris linier atau terletak di garis diagonal pada masing-masing gambar. Maka data menunjukkan pola berdistribusi normal dan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dapat dilihat uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot berikut:

Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4 di atas terlihat bahwa penyebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

c. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat secara ringkas pada tabel berikut ini :

Tabek 11 Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-----------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Harga | 0,884 | 1,132 | Tidak terjadi Multikolinieritas |
| Kualitas Produk | 0,884 | 1,132 | Tidak terjadi Multikolinieritas |

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 11 di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF ($1,132 < 10$) dan nilai *tolerance* ($0,884 > 0,10$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model regresi, sehingga memenuhi syarat analisis regresi.

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis ini berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y. Hasil analisis resresi linier berganda ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients^a | | | | | | |
|---|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 31,938 | 5,349 | | 5,971 | ,000 |
| | Harga(X1) | ,050 | ,130 | ,050 | ,385 | ,701 |
| | Kualitas Produk (X2) | -,073 | ,117 | -,081 | -,629 | ,532 |
| R Square = 0.006 | | | | Sig = 0.808 | | |
| F Hitung =0.214 | | | | | | |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian kopi liberika(Y) | | | | | | |

Sumber: Data diolah, 2019

Dari hasil analisis regresi linear berganda di atas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y=31,938 + 0,050 X1 + 0,073 X2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda pada tabel 12 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Diperoleh hasil hitung $a = 31,938$ menyatakan bahwa tanpa adanya variabel harga dan kualitas produk maka keputusan pembelian kopi liberika sebesar 31,938
2. Diperoleh hasil hitung $X1 = 0,050$ menyatakan bahwa jika variabel harga bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan pembelian kopi liberika akan mengalami peningkatan sebesar 0,050. atau dengan presentase sebesar 5%. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga menyatakan bahwa apabila semakin tinggi harga maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.
3. Diperoleh hasil hitung $X2 = 0,073$ menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,073 atau dengan presentase sebesar 7,3%. Dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel harga bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi persaingan harga maka semakin meningkat keputusan membeli kopi liberika.

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi liberika di gerai UMKM Mekar Jaya

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di gerai UMKM diperoleh nilai koefisien regresi (b_1) 0.050. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar 0,385 dengan nilai signifikansi sebesar 0.701 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi (p) > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berbunyi “variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Gerai UMKM Mekar Jaya

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika di gerai UMKM Mekar Jaya

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di gerai UMKM diperoleh nilai koefisien regresi (b_2) 0.073. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar -,629 dengan nilai signifikansi sebesar 0,532 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai

signifikansi (p) > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berbunyi “variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Gerai UMKM Mekar Jaya.

b. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 0.214 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berbunyi “variabel harga dan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Gerai UMKM Mekar Jaya” . Hal ini mengandung arti bahwa variabel harga dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kopi liberika.

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,080 ^a | ,006 | -,023 | 3,272 |
| a. Predictors: (Constant), Harga(X1), Kualitas produk(X2) | | | | |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y) | | | | |

Sumber: Data diolah, 2019

Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 13 di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,006 yang berarti variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 0.6%. Hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,6% sedangkan sisanya sebesar 99,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika dalam Perspektif Islam Pada Gerai UMKM Mekar Jaya maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi liberika. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil t_{hitung} sebesar 0,385 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar dan signifikan sebesar 0,701 di atas $\alpha = 5\%$.

2. Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi liberika. Hal ini dapat dilihat dari hasil t_{hitung} sebesar $-0,629$ lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2.080 dan signifikansi sebesar 0.532 di atas $\alpha = 5\%$.
3. Harga dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi liberika dalam perspektif islam pada gerai UMKM Mekar Jaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil F_{hitung} sebesar $0,214$ dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000$.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, 1999, Alqur'an dan Terjemahnya, Semarang: CV. ASY Syifa
- Ainur Rofiq Rizki, Skripsi jurusan Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2015 dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone*"
- Bayu Bakti Pranata, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015 dengan judul "*Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk "Kapal Api" di Kec, Ngadiluwih Kab.Kediri*"
- Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi dan Kasus*, 2014, Yogyakarta: CAPS.
- Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service
- Danang Sunyoto, 2014 Studi Kelayakan Bisnis, Yogyakarta : CAPS
- Deery Anzar Susanti, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah*, Skripsi Jurusan Perbankan Syariah, Jam`Iyah Mahmudiyah Tanjung Pura-LangkatnDjaslim Saladin, Manajemen Pemasaran,
- Donni Juni Priansa, *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017)

- Dwi Priyatno, 2010, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Jakarta: MediaKom.
- Fandy Tjiptono, Ph.D, Anastasia Diana, 2016 *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* Yogyakarta: Andi Offset.
- Fifyanita Ghanimata, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas DiPonegoro Semarang tahun 2012, dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (*Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang*)
- Lenggang Kurnia Intan Devi, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2019, dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shoope*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya
- Mohammad Alfian, Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Aksesibilitas Lokasi, Dan Kekuatan Referensi Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan Padang Salero Bundo Di Jakarta. Pada tahun 2013
- Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin, *Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Jurnal Manajemen & Bisnis Vol No. 02 Oktober 2014 ISSN 1693-7619.
- Rina Sukmawati Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” pada tahun 2017
- Robert Gain, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 2, Juni 2017: 142 – 150. HLM.144
- Siswandi, 2011 *Aplikasi Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siti Nur Fatoni, Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014)

Siti Nurma Rosmitha, Jurusan Ekonomi Syaria'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017 Dengan Judul "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam"

Stai An Nadwah, 2016 *Pedoman Penulisan Skripsi*, Kuala Tungkal: Stai An Nadwah.

Sugiyono, 2014 *Meode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta CV

Ugeng Budi Haryko, Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di UJM Motor Tangerang Selatan, ISSN 2356 2005, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*

V. Wiratna Sujarweni, 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Baru.

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi, 2013 *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV : Pustaka Setia