

SEMNASIA**(Seminar Nasional Ilmu Administrasi)**Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
LOSWAT DI KECAMATAN CILELES KABUPATEN LEBAK****Ade Komariah ^a, Pryo Handoko ^b dan Arif Nugroho ^c**^{abc} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bantene-mail : ^a adekomariah5566@gmail.com**Abstrak**

Pemasaran merupakan unsur yang penting dalam penciptaan sebuah produk. Apabila pemasaran yang dilakukan menarik dan unik maka dapat meningkatkan minat beli konsumen. Konsumen pada masa sekarang ini lebih pandai dalam memilih suatu produk yang ditawarkan. Beberapa permasalahan dalam penelitian ini yakni: Terdapat beberapa konsumen yang complain harga dengan varian yang sama, konsumen mengeluhkan harga yang berbeda beda dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Loswat. Kurangnya pemasaran di UMKM Loswat di Kecamatan Cileles sudah mengoptimalkan kualitas produk yang akan dijual, akan tetapi tidak sedikit konsumen yang tidak mengetahui akan keberadaan cemilan di UMKM Loswat tersebut. Hal ini mengindikasikan kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Loswat. Ada beberapa jenis cemilan yang tersedia terdapat perbedaan ukuran sehingga terdapat harga yang berbeda. Adapun Indikator Keputusan Pembelian; Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembeli, UMKM***THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING
DECISIONS IN LOSWAT MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (UMKM)
IN CILELES DISTRICT, LEBAK DISTRICT******Abstract***

Marketing is an important element in creating a product. If the marketing carried out is interesting and unique, it can increase consumer buying interest. Consumers today are smarter in choosing a product on offer. Some of the problems in this research are: There are several consumers who complain about prices for the same variant, consumers complain about different prices from Loswat Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The lack of marketing at the Loswat UMKM in Cileles District has optimized the quality of the products to be sold, however, quite a few consumers are not aware of the existence of snacks at the Loswat UMKM. This indicates a lack of marketing carried out by Loswat MSMEs. There are several types of snacks available, there are different sizes so there are different prices. As for Purchasing Decision Indicators; Need Recognition, Information Search, Alternative Evaluation, Purchase Decision, Post-Purchase Behavior.

Keywords: Product Quality, Buyer Decisions, MSMEs

SEMNASIA

(Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan unsur yang penting dalam penciptaan sebuah produk. Apabila pemasaran yang dilakukan menarik dan unik maka dapat meningkatkan minat beli konsumen. Konsumen pada masa sekarang ini lebih pandai dalam memilih suatu produk yang ditawarkan. Apabila pemasaran yang dilakukan sangat menarik maka konsumen akan datang untuk sekadar mencoba bahkan hingga berlangganan ke tempat yang dianggap menarik tersebut. Dunia pemasaran tidak pernah luput dari kondisi persaingan yang tumbuh sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menuntut setiap perusahaan melakukan kiat-kiat dan menyusun strategi pemasaran yang tepat dan terukur demi kontinuitas sebuah usaha. Maju atau mundurnya suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis tersebut, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas (pelanggan). Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang keputusan pembelian produk anggapannya atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika keputusan pembelian produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi maka pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi maka pelanggan tersebut puas. Jika keputusan pembelian produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Amstrong (2015:252). Keputusan pembelian adalah kondisi dimana konsumen memutuskan untuk memilih suatu produk untuk digunakan. Keputusan pembelian oleh konsumen dapat dilihat dari perilaku konsumen tersebut. Perilaku konsumen merupakan bagian dari kegiatan manusia. Perilaku konsumen menurut pendapat Swastha dan Handoko (2010:10) adalah "Tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan

tersebut". Setelah diketahui bagaimana perilaku konsumen sasaran maka perusahaan akan menentukan strategi penjualan yang akan diterapkan. Dari hasil wawancara dengan ibu Yulianingsih, selaku owner Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) LOSWAT yang berlokasi di Desa Cikareo Kecamatan Cileles Kabupaten Lebak. Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Loswat ini merupakan usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 2021, dan sudah berjalan kurang lebih selama 2 tahun. UMKM tersebut bergerak di bidang produksi pangan pengolahan makanan ringan atau disebut juga "snacking atau pencemilan". Usaha ini membidik semua tingkatan konsumen baik dari tingkatan bawah ataupun tingkatan atas. Produk yang ditawarkan berupa sale linting, basreng, keripik singkong, usus krispi, peye udang, kerupuk rapael, kacang umpet, kue gabin, namun yang menjadi prodak unggulannya ada tiga jenis yaitu Basreng, Sale Linting dan Keripik Singkong. Usaha Kecil Mikro dan Menengah Loswat ini telah memiliki izin P-IRT atau yang dikenal dengan sertifikat produksi pangan industri rumah tangga. Dalam masalah keputusan pembelian oleh para konsumen Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Loswat yaitu adanya beberapa produk yang dinilai overprice oleh para konsumen sehingga itu cukup mengurangi minat pembelian konsumen. Namun berdasarkan survei terdapat beberapa masalah yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepercayaan para pelanggan yang berakibat pada menurunnya tingkat kepuasan yang dirasakan para konsumen. peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui apakah variable harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada UMKM Loswat di Desa Cikareo Kecamatan Cileles Kabupaten Lebak. kemudian di jadikan penelitian dengan judul " Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Loswat di Kecamatan Cileles Kabupaten Lebak"

B. PEMBAHASAN

Pengertian Harga

Pengertian harga Menurut (Nasution, Limbong, & Ramadhan, 2020) adalah sesuatu yang

SEMNASIA

(Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa.

Menurut (Farisi & Siregar, 2020) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.

2) Daya saing harga

Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

3) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut

(Lubis, 2015) menyatakan bahwa kualitas produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya sebagai berikut :

- 1) Kinerja, merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen
- 2) Reliabilitas, merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi
- 3) Fitur, merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk, misal fitur kendali jauh
- 4) Keawetan (durability), dimensi kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk dikatakan awet jika dapat bertahan dalam pemakaian yang berulang-ulang
- 5) Konsistensi, yang menunjukkan seberapa jauh suatu produk bisa

6) memenuhi standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai konsistensi tinggi berarti sesuai dengan standart yang ditentukan

7) Desain, merupakan aspek emosional untuk mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan turut memengaruhi persepsi kualitas produk tersebut.

Indikator Keputusan Pembelian

- 1) Pengenalan Kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Perilaku Pasca Pembelian

(Kaplan & Haenlein dalam Andriyanti : 2022)

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Loswat di Kecamatan Cileles Kabupaten Lebak untuk meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga produk yang bersaing, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk UMKM di Kecamatan Cileles.

REFERENSI

- Agus Dwi Cahya, Ummi Sangidah, Danda Rukmana (2021) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017) Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di kota Medan. *Jurnal At-Tawassurt*, 2, 122-145.
- Arianty, N. (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2). 6881.
- Armstrong, Kotler (2015) *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (2021) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap

SEMNASIA

(Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

- Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pelanggan Pada Queenstreetstore.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko (2010) Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, BPFE Yogyakarta.
- Djihan Ayu Wulandari, Tri Indra Wijaksana (2021) Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong).
- Fadhila, Sirmas Munte dan Yudi Daeng Polewangi (2022) Pengaruhh harga, variasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik singkong saat pandemic covid-19 di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Iful Anwar (2015) Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- Kiswanto, Ratna Pudyarningsih, Nurul Akramiah (2019) Pengaruh harga dan kuallitas produk terhadap keputusan pembelian keripik talas.
- Kothler, Phipil (1997) Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu. Jakarta, Prentice Hall.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194-199.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Rahman, A. (2010). Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing (Cetakan Pe). Trans Media
- Santri Zulaicha, Rusda Irawati (2016) Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam.
- Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti, s. (2017) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Penggunaan Iphone.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H (2021) Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.