

Hubungan Kualitas Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Pia Baturiti Cap Sinar

NI PUTU FEBRI KRISNA DEWI, KETUT BUDI SUSRUSA*,
IGAA LIES ANGGRENI

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232

Email: febry.crist17@gmail.com

* kbsusrusa@gmail.com

Abstract

The Relationship Between Product Quality and Price on The Repurchase of Pia Sinar Baturiti

Nowadays, people tend to prioritize taste and nutrition, only then consider the price when buying food. Bread is a choice of snacks considering the variety of flavors offered and contains good nutrition. In terms of price, bread is easily accessible to all people. This study aims to determine the relationship between product quality and Pia Sinar Baturiti repurchase, as well as the relationship between price and Pia Sinar Baturiti repurchase. Primary data is obtained through a questionnaire given to consumers who have repeatedly bought Pia Sinar Baturiti. The analysis used is a quantitative analysis, namely Rank Spearman analysis. Based on the research, the characteristics of consumers who repurchase Pia Sinar Baturiti are women (54.1%), high school graduates (45.9%), private employees (28.2%) and traders (25.9%). The dominant variable that has a repurchase relationship is the variable of product quality with a correlation value of 0.612 with a strong correlation level, and the variable of price with a correlation value of 0.568 with a moderate level of relationship.

Keywords: *product quality, price, re-purchase*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada industri makanan yang disebabkan karena tingginya permintaan konsumen dalam produk roti. Roti saat ini bukan hanya dilihat sebagai makanan sampingan, melainkan sudah menjadi makanan pokok bagi sebagian masyarakat Indonesia, terutama bagi sebagian masyarakat perkotaan. Penerapan pengendalian mutu industri produk berbasis makanan dan minuman perlu ditingkatkan, melakukan pengawasan terhadap bahan baku, proses produksi, lingkungan produksi, penggunaan alat dan mesin serta produk akhir. Pemeriksaan dan pengidentifikasian setiap penyimpangan yang ada guna mencegah adanya penurunan akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bagi perusahaan. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi

lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. (Pratiwi, 2016).

Pia Baturiti Cap “Sinar” merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengolahan pangan, masih memanfaatkan sumber daya manusia pada sistem produksinya. Pia Baturiti ini terletak di jalan Gunung Agung no. 25 Baturiti, Kabupaten Tabanan, Bali. Banyak jenis kue yang diproduksi oleh Toko Pia Baturiti ini seperti: Pia, Klemben, teh dan masih banyak jenis kue lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, maka perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian ulang di Pia Baturiti Cap “Sinar”?
2. Apakah harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian ulang di Pia Baturiti Cap “Sinar”?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Hubungan yang signifikan kualitas produk terhadap pembelian ulang Pia Baturiti Cap “Sinar”
2. Hubungan yang signifikan harga terhadap pembelian ulang Pia Baturiti Cap “Sinar”

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Modern Indomaret di Kecamatan Tabanan. Kecamatan Tabanan dipilih karena merupakan kawasan penduduk terbanyak di Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilaksanakan sejak dikeluarkan izin penelitian, pengolahan data penelitian, hingga pada tahap akhir yakni penyajian hasil penelitian ke dalam bentuk skripsi. (Ikka, 2017).

2.2 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung. Pengumpulan data primer diperoleh melalui pengisian kuisisioner yang diajukan kepada pengunjung yang melakukan pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar di Indomaret. Data sekunder didapatkan dari literatur-literatur berupa buku, penelitian terdahulu, instansi-instansi, dan internet guna melengkapi data primer. (Denniswara, 2016).

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain wawancara, kuisisioner dan dokumentasi.

2.4 *Populasi dan Sampel*

Populasi pada penelitian ini adalah semua orang yang sudah pernah membeli dan melakukan Pembelian minimal 2 kali produk Pia Baturiti “Sinar” di Toko Modern di Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan. (Tjiptono, 2008).

2.5 *Variabel Penelitian dan Metode Analisis Data*

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pembelian ulang (Y) dan variabel bebas meliputi kualitas produk (X1) dan harga (X2). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Korelasi Rank Spearman dengan alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini berupa Program SPSS. (Ria, 2018).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 *Karakteristik Responden*

3.1.1 *Jenis kelamin responden*

Tabel 1.
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Pesentase (%)	Presentase Valid (%)	Akumulasi Presentase
1	Laki-laki	39	45,9	45,9	54,1
2	Perempuan	46	54,1	54,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Pada Tabel 1 dapat diketahui jenis kelamin responden Indomaret. Jumlah responden laki-laki pada Indomaret yaitu sebanyak 39 orang atau 45,9% dan Jumlah responden perempuan pada Indomaret yaitu sebanyak 46 orang atau 54,1%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan mayoritas pembeli Pia Baturiti cap Sinar di Indomaret yaitu berjenis kelamin perempuan. (Yani, 2017).

3.1.2 *Pendidikan responden*

Tabel 2.
Pendidikan Responden

No	Jenis Pendidikan	Jumlah (orang)	Pesentase (%)	Presentase Valid (%)	Akumulasi Presentase
1	SMP	12	14,1	14,1	14,1
2	SMA	39	45,9	45,9	60,0
3	Sarjana	34	40,0	40,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa pendidikan responden ditingkat SMP sebanyak 12 orang atau 14,1%, SMA sebanyak 39 orang atau 45,9%, dan Sarjana sebanyak 34 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa riwayat pendidikan responden terbanyak ditingkat SMA. (Yani, 2017).

3.1.3 Pekerjaan responden

Tabel 3
Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Pesentase (%)	Presentase Valid (%)	Akumulasi Presentase
1	Petani	2	2,4	2,4	2,4
2	Pedagang	22	25,9	25,9	28,3
3	PNS	18	21,2	21,2	49,5
4	Mahasiswa	7	8,2	8,2	57,7
5	Karyawan BUMN	9	10,6	10,6	68,3
6	Karyawan Swasta	24	28,2	28,2	96,5
7	Lainnya	3	3,5	3,5	100,0
Total		50	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang diperoleh dalam penelitian ini sangat variatif. Pekerjaan yang menonjol dari responden yakni 28,2% berprofesi sebagai Karyawan Swasta, Pekerjaan responden sebagai Pedagang sebanyak 25.9%, sebagai PNS sebanyak 21,2%, Karyawan BUMN sebanyak 10,6%, sebanyak 8,2% sebagai mahasiswa, sebanyak 3,5 % sebagai pekerjaan lainnya. Yang dimaksud pekerjaan lainnya yaitu sebagai pegawai hotel, pengerajin, tukang parkir sebanyak 2,4% sebagai petani. (Yani, 2017).

3.2 Analisis Kuantitatif

3.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,754	0,361	Valid
X1.2	0,830	0,361	Valid
X1.3	0,786	0,361	Valid
X1.4	0,839	0,361	Valid
X1.5	0,875	0,361	Valid
X1.6	0,865	0,361	Valid
X1.7	0,803	0,361	Valid
X1.8	0,780	0,361	Valid

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Dari tabel 4 di atas hasil uji validitas pada variabel kualitas produk memiliki R_{hitung} antara 0,754 sampai dengan 0,875. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua item-item instrumen pada variabel kualitas produk dinyatakan valid karena semua item yang memiliki nilai $r_{item-total}$ yang lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Ini berarti syarat validitas pada setiap indikator variabel penelitian ini telah terpenuhi dan data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut untuk pengujian hipotesis. (Dewi, 2017).

Tabel 5.
Hasil Uji Validitas Harga

No Item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,873	0,361	Valid
X2.2	0,865	0,361	Valid
X2.3	0,894	0,361	Valid
X2.4	0,767	0,361	Valid
X2.5	0,837	0,361	Valid

Sumber : Data primer, diolah 2020

Dari tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa semua item-item instrumen penelitian dinyatakan valid karena semua item yang memiliki nilai $r_{item-total}$ yang lebih besar dari r_{tabel} dan data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut untuk pengujian hipotesis. (Dewi, 2017).

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas Pembelian Ulang

No Item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y1.1	0,891	0,361	Valid
Y1.2	0,816	0,361	Valid
Y1.3	0,922	0,361	Valid
Y1.4	0,866	0,361	Valid

Sumber : Data primer, diolah 2020

Dari tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa semua item-item instrumen penelitian dinyatakan valid karena semua item yang memiliki nilai $r_{item-total}$ yang lebih besar dari r_{tabel} dan data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut untuk pengujian hipotesis. (Dewi, 2017).

3.2.2 Uji Reabilitas

Hasil analisis reliabilitas instrumen, yang didasarkan pada kriteria *Cronbach's Alpha* disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 7.
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
0,928	8

Sumber : Data primer, diolah 2020

Jika r hitung $>$ r tabel maka instrument yang digunakan reliabel. Nilai r tabel dari $N = 85$ pada $\alpha = 5\%$ adalah 0,361. Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS diketahui bahwa nilai koefisien alpha sebesar 0,928 dan nilai r tabel adalah 0,361. dengan demikian nilai r hitung $>$ r tabel atau $0,928 > 0,361$ maka instrument yang digunakan dinyatakan reliabel. (Sukandar, 2013).

Tabel 8.
Hasil Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
0,901	5

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Jika r hitung $>$ r tabel maka instrument yang digunakan reliabel. Nilai r tabel dari $N = 85$ pada $\alpha = 5\%$ adalah 0,361. Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS diketahui bahwa nilai koefisien alpha sebesar 0,901 dan nilai r table adalah 0,361, dengan demikian nilai r hitung $>$ r table atau $0,901 > 0,361$ maka instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. (Sukandar, 2013).

Tabel 9.
Hasil Uji Reliabilitas Pembelian Ulang

Cronbach's Alpha	N of Items
0,895	4

Sumber : Data primer (diolah), 2020

Jika r hitung $>$ r tabel maka instrument yang digunakan reliabel. Nilai r tabel dari $N = 85$ pada $\alpha = 5\%$ adalah 0,361. Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS diketahui bahwa nilai koefisien alpha sebesar 0,895 dan nilai r tabel adalah 0,361. dengan demikian nilai r hitung $>$ r tabel atau $0,895 > 0,361$ maka instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. (Sukandar, 2013).

3.3 Uji Korelasi Rank Spearman

Untuk dapat mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat keeratan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, digunakan tabel kriteria pedoman untuk koefisien korelasi sesuai dengan pendapat Sugiyono (2008:257).

Tabel 10.
Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2011)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.5.1 Hubungan kualitas produk terhadap pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar

Uji korelasi yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel dalam penelitian ini adalah korelasi *Spearman Rank*. Peneliti menggunakan uji korelasi ini untuk menjawab rumusan masalah yang ke-1 yaitu: “Apakah Kualitas Produk mempunyai hubungan signifikan terhadap Pembelian Ulang di Pia Baturiti “Sinar”?”. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan Software SPSS untuk menguji hubungan antara Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Adapun hasil dari analisis *Rank Spearman* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 11.
Hasil korelasi rank spearman kualitas produk terhadap pembelian ulang Pia baturiti Cap Sinar

				Kualitas Produk	Pembelian Ulang
Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation		1,000	,612(**)
		Coefficient Sig. (2-tailed)		.	,000
		N		85	85
	Pembelian Ulang	Correlation		,612(**)	1,000
		Coefficient Sig. (2-tailed)		,000	.
		N		85	85

** . Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai Sg. (2-tailed) sebesar 0,000 (<0,05) maka bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,612 dengan taraf signifikansi untuk hipotesis pada taraf kepercayaan 0,05 atau 95% adapun tingkat kriteria pengujian

1. Jika taraf signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Jika taraf signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

N pada tabel menunjukkan jumlah observasi/sampel sebanyak 85, sedangkan tingginya korelasi ditunjukkan oleh angka $0,612 < \alpha (0,05)$ maka hipotesis h_1 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,612 yang termasuk kedalam kategori kuat (0,60 – 0,799). (Wardani, 2015).

4.5.2 Hubungan harga terhadap pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar

Uji korelasi yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel dalam penelitian ini adalah korelasi *Spearman Rank*. Peneliti menggunakan uji korelasi ini untuk menjawab rumusan masalah yang ke-2 yaitu: “Apakah Harga mempunyai hubungan signifikan terhadap Pembelian Ulang di Pia Baturiti “Sinar”?”. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan Software SPSS untuk menguji hubungan antara Harga terhadap Pembelian Ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Adapun hasil dari analisis *Rank Spearman* dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 12.
Hasil korelasi rank spearman antara harga terhadap Pembelian Ulang Pia Baturiti Cap Sinar

			Harga	Pembelian Ulang
Spearman's rho	Harga	Correlation	1,000	,568(**)
		Coefficient Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	85	85
	Pembelian Ulang	Correlation	,568(**)	1,000
		Coefficient Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai Sg. (2-tailed) sebesar ,000 ($< 0,05$) maka bisa disimpulkan bahwa variabel harga memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,568 dengan taraf signifikansi untuk hipotesis umum pada taraf kepercayaan 0,05 atau 95% adapun tingkat kriteria pengujian:

1. Jika taraf signifikansi $< \alpha$, maka h_0 ditolak dan h_2 diterima
2. Jika taraf signifikansi $> \alpha$, maka h_0 diterima dan h_2 ditolak

N pada tabel menunjukkan jumlah observasi/sampel sebanyak 85, sedangkan tingginya korelasi ditunjukkan oleh angka $0,568 < \alpha (0,05)$ maka hipotesis h_2 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara harga dengan pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar

0,568 yang termasuk kedalam kategori sedang (0,40 – 0,599). (Effendy, 2013).

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian ulang di Pia Baturiti Cap “Sinar”. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,612 dengan signifikansi sebesar 0,000. Harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian ulang di Pia Baturiti Cap “Sinar”. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,568 dengan signifikansi sebesar 0,000.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan serta keterbatasan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yaitu Pia Baturiti Cap Sinar diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta diharapkan lebih memperhatikan harga produk agar konsumen terus melakukan pembelian ulang Pia Baturiti Cap Sinar. Produsen sebaiknya dapat meningkatkan jumlah varian rasa pada pia sehingga dapat memenuhi keinginan dari konsumen. Varian rasa buah merupakan keinginan dari pelanggan setia dari Pia Baturiti Cap Sinar. Produsen sebaiknya dapat segera menciptakan inovasi pia dengan daya tahan yang lebih lama tanpa menggunakan bahan pengawet yang akan berbahaya bagi kesehatan konsumen. Produsen sebaiknya tidak ragu menaikkan harga jual pia selama diimbangi dengan peningkatan kualitas produk yang baik sehingga tidak mengecewakan pelanggan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis ucapkan terimakasih atas seluruh pihak yang telah memberikan masukan, kritik, dan dukungan sehingga e-jurnal ini dapat penulis selesaikan sebaik-baiknya. Penulis berharap jurnal ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Daftar Pustaka

- Denniswara, Edo Praditya. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My Ideas. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1 (1): 26-36
- Dewi, Trivilla Purnama. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap keputusan Pembelian Mobil Toyota di Nasmoco Mlati Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta
- Ikka Septya Nuraini. 2017. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Situs Traveloka. *Jurnal ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 6, No. 4.
- Pratiwi, Desy Niken. 2016. Hubungan Persepsi Konsumen, Kualitas Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Cik Lan Purwodadi). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas

Muhammadiyah Surakarta. Surakarta

- Ria, Risa. 2018. Hubungan Harga, Lokasi, kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Susu Segar DiKecamatan Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol. 1 (2): 80-95
- Sukandar, Dhea Amalia. 2013. Faktor Promosi dan Harga terhadap Minat pada Mahasiswa Indonesia dalam Pembelian Produk Kosmetik Korea “*Etude House*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Indonesia Universitas Youngsan, Korea Selatan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia*. Vol. 11 (2): 46-59
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, CV. ISBN: 978-979-8433-24-5
- Tjiptono Fandy, Chandra Gregorius. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wardani, Hetty Sri. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang
- Yani, Selvi. 2017. Hubungan antara Sarana Belajar Dirumah dan Motivasi Belajar dengan Hasil Belajar Geografi Siswa Kelas X SMA Muhammadiyah 2 Kota Metro Tahun Pelajaran 2016/2017. Skripsi. Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan. Universitas Lampung. Bandar Lampung.