

Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang

Febriansaputra¹, Zulaiha² Ahmad Feriyansyah³

^{1,2,3} Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lembah Dempo

Email: febriansa304@gmail.com¹, madnnad74@yahoo.co.id²,

ahmadferiyansyah@lembahdempo.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian barang pada toko Mebel Dora pasar Pendopo. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Berdasarkan hasil penelitian secara uji t atau parsialnya dapat dilihat hasil ujinya sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $8,920 > 0$. t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel Penetapan Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian barang di Toko Mebel Dora Pasar Pendopo.

Kata Kunci: *Penetapan Harga, Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to determine the effect of pricing on purchasing decisions at the Dora Furniture store in Pendopo Market. The type of research used in this study is associative research. Based on the results of the study, the t-test or partial test results can be seen at $0.000 > 0.05$ and the calculated t value of $8.920 > 0$. t table so it can be concluded that H_a is accepted which means there is a partial positive influence between the Pricing variable (X) and Purchasing Decision (Y). This study is expected to be used as material for further research to increase insight and knowledge about the effect of pricing on purchasing decisions at the Dora Furniture Store in Pendopo Market.

Keywords: *Pricing Buying Decision*

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia. Sebagai negara berkembang, Indonesia mengalami perubahan menjadi negara industri. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya banyak perusahaan atau industri. Banyaknya perusahaan

yang berdiri semakin memicu terjadinya persaingan. Banyak perusahaan bersaing untuk memperoleh keuntungan dalam perusahaannya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran dari suatu produk yaitu harga.

Harga merupakan salah satu faktor penting karena tinggi rendahnya harga menjadi pusat perhatian para konsumen saat mencari suatu produk. Harga yang ditawarkan akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen dalam memilih produk. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga memiliki pengaruh yang besar dalam penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strateg. Kunci dalam berbagai perusahaan menghadapi persaingan global yang semakin sengit.

Menurut Made Dharmawati (2016:14), proses keputusan pembelian dapat dikategorikan tiga tahap utama yaitu pra-pembelian konsumsi dan evaluasi pembeli. Tahap pra-pembelian mencakup aktivitas konsumen terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen membeli dan menggunakan barang atau jasa. Tahap evaluasi purna beli adalah tahap proses pembuatan keputusan konsumen pembelian yang tepat

Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Unsur-unsur lainnya jelas mengakibatkan keluarnya biaya. Kesalahan-kesalahan yang umumnya terjadi ialah : penetapan harga sangat mengarah pada biaya; harga jual kurang sering ditinjau padahal pasar selalu berubah; harga jual ditentukan secara tersendiri; lepas dari bauran pemasaran dan bukannya merupakan satu unsur yang terpadu dalam strategi penempatan pasar; harga jual kurang bervariasi baik jenis produk dan segmen pasar yang berlainan.

Menurut Isoraite, M (2016 : 30) harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen, karena membantunya memahami nilai produk. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan seorang konsumen untuk membeli

suatu produk atau jasa. Penetapan harga jual suatu produk dari toko akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli barang.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Arfah, 2022 : 2) menyatakan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sedangkan Menurut Simamora (2021), keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya.

Penetapan harga pada suatu toko akan menjadi acuan bagi pembeli untuk mengambil keputusan membeli suatu produk. Penentuan harga merupakan tugas kunci manajemen penjualan. Strategi penetapan harga menjadikan tantangan yang semakin meningkat untuk banyak perusahaan sehubungan dengan deregulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang ketat, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan posisi pasarnya.

Upaya untuk meningkatkan volume penjualan tentunya harus memiliki berbagai strategi agar bisa meningkatkan hasil penjualan salah satunya dengan memberikan diskon dan potongan harga di waktu tertentu. penelitian : “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang” untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian barang pada toko Mebel Dora pasar Pendopo.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau variabel yang mempengaruhi (X) terhadap variabel dependen yang merupakan variabel yang dipengaruhi (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 80 responden yang ditentukan berdasarkan rumus slovin. Pada penelitian metode analisis data adalah pengukuran jawaban kuesioner, analisa statistik, uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linier sederhana, uji analisis koefisien determinasi, dan uji t.

Pembahasan

Uji Validitas

Mengukur tingkat validitas atau tidaknya suatu kuesioner dapat menggunakan nilai person, dimana persyaratan uji validitas menggunakan tabel R ($R_{tabel} > R_{hitung}$) maka dapat dinyatakan valid. Nilai validitas harus mempunyai nilai total score (total score dari nilai kuesioner).

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item	Persen Correlation	Sig	Keterangan
X1.1	0,844	0,000	Valid
X1.2	0,808	0,000	Valid
X1.3	0,838	0,000	Valid
X1.4	0,787	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Berdasarkan tabel 4.6 rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa kepercayaan (X1) pada pengujian ini telah memenuhi syarat dengan nilai *person correlation* $> 0,30$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan pada butir pertanyaan ini dinyatakan valid.

Tabel 2
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Y

Item	Percen Correlation	Sig	Keterangan
Y.1	0,672	0,000	Valid
Y.2	0,691	0,000	Valid
Y.3	0,833	0,000	Valid
Y.4	0,747	0,000	Valid
Y.5	0,791	0,000	Valid
Y.6	0,769	0,000	Valid
Y.7	0,755	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Berdasarkan tabel 4.7 rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) pada pengujian ini telah memenuhi syarat dengan nilai *person correlation* $> 0,30$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan pada butir pertanyaan ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengukuran kehandalan butir pertanyaan sekali menyebar kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar core jawaban pada butir pernyataan yang sama dengan bantuan komputer program statistical program for society sience (SPSS) dengan fasilitas cronbach alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran reliabiiltas dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja. Hasil dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas X1

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Dependent		
(X)	0,835	Reliabel
Independent		
(Y)	0,870	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji reliabilitas instrumen pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen diatas adalah reliabel karena nilai *cronbach's alpha* masing - masing instrumen tersebut $> r$ tabel (0,60) sehingga dapat dipakai untuk melaksanakan penelitian.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi yang variabel bebasnya (variabel X) berpangkat paling tinggi satu. Tujuan dari penggunaan regresi linear sederhana ini adalah untuk mempredeksikan nilai dari satu variabel dalam hubungannya dari variabel lain yang diketahui dalam persamaan garis regresinya. Untuk regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel (variabel X dan variabel Y), persamaan garis regresinya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,312	1,842		5,597	,000
Penetapan Harga	1,113	,125	,711	8,920	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Uji Hipotesis

Uji Hitung (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel Penetapan Harga (X) secara individual mempunyai nilai yang signifikan atau tidak terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Untuk menguji nilai signifikan digunakan rumus uji t sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Hitung (Uji Parsial)
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,312	1,842		5,597	,000
Penetapan Harga	1,113	,125	,711	8,920	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan nilai t, untuk $n = 81$ variabel bebas $81-1 = 80$ adalah X terhadap Y

Tabel diatas menunjukkan hasil parsialnya adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,920 > 0$. t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel Penetapan Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y).

Dengan t tabel

$$= ((a) ; (n - 1))$$

$$= ((0,05) ; (81 - 1))$$

$$= 0,05 ; 80 \text{ (dilihat dari tabel distribusi t tabel)}$$

$$= 1.66412$$

Ket:

$$a = 0,05$$

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas (X1)

Hasil Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika $r^2 = 1$ akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Jika $r^2 = 0$ akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara variabel Penetapan Harga (X) dengan variabel (Y). Mengetahui sejauh mana kontribusi atau pesentase Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian , maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,711a	,505	,499	4,116

a. Predictors: (Constant), Penetapan Harga

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS,2023

Berdasarkan output diatas nilai R Square sebesar 0,505. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 secara simultan terhadap variabel Y adalah 50,5% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain tidak ada dipenelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian secara uji t atau parsialnya dapat dilihat hasil ujinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,920 > 0$. t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel Penetapan Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y).

Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Magdalena Gunarsih, J.A.F. Kalangi, dan Lucky F.Tamengkel (2021) dengan judul “Keputusan pembeli Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang”. Dalam penelitian ini diketahui bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 9.623 atau sebesar 96.2%. Hal ini sesuai juga dengan angka signifikan, sehingga H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Harga terhadap variabel Keputusan pembelian ditolak. Maka secara parsial dimensi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian secara uji t atau parsialnya dapat dilihat hasil ujinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,920 > 0$. t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel Penetapan Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y).

Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Magdalena Gunarsih, J.A.F. Kalangi, dan Lucky F.Tamengkel (2021) dengan judul “Keputusan pembeli Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang”. Dalam penelitian ini diketahui bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 9.623 atau sebesar 96.2%. Hal ini sesuai juga dengan angka signifikan, sehingga H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Harga terhadap variabel Keputusan pembelian ditolak.

Maka secara parsial dimensi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Simpulan

Berdasarkan, Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai judul “Penetapan Harga (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Barang Pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang”. Hasil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel Penetapan Harga berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian Barang Pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang.
- b. Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Penetapan Harga (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Barang Pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang.

Daftar Pustaka

- Agatha, Maria. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung bangunan Simpang Tiga Jaya Lembahsugih Kabupaten Majalengka. Jurnal Indonesia Sosial Sains Vol. 2, No. 6, E- ISSN : 2723 – 6595 <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Elvera dan Astarina, Y. 2021. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Eza, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Deva Elektronik). : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 20, No. 4.
- Gunarsih C.M. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Vol. 2 No. 1
- Harahap dan Amanah. 2020. Determinants Of Consumer Purchase Decision In Smes. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633> International Journal of Scientific & Technology Research, VOL 9, www.ijstr.org
- Isoraite, M. 2016. MARKETING MIX THEORETICAL ASPECTS. Vol. 4. Jakarta :Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 1991. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian.

Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Toko Mebel Dora Pasar Pendopo Kabupaten Empat Lawang
Febriansaputra, Zulaiha, Ahmad Feriyansyah

Laoli dan Hulu. 2018. Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Pembelian Bahan-Bahan Bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 1 No 2.

Lubis, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada PT. Lovely Holidays Tour and Travel Cabang Pematangsiantar. *Jurnal Maker*. Vol. .3, No. 1.

Saputra, Ridho. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Riau, Riau.

Setyaningrum, dkk. 2015. Prinsip-prinsip Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta

Simamora, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk PT. Cendradist Partsido Utama. *Jurnal Ilmiah Smart*, 5(2), 380-386

Susilowati daan Utari. 2022. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Mama Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, Vol. 6 No. 1. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>

Susnita, T.A. 2021. Pengaruh Penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada toko

Yenni, Arfah. 2022. Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional