

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DAUN PISANG DI PASAR CIKUPA

Putri¹, Rika Apriani², Galih Ananda Firman³, Wahyu Wibowo⁴, Erma Lusiana⁵,
Karnawi kamar⁶

¹⁻⁵Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Insan
Pembangunan Indonesia dan, ⁶Dosen Magister Manajemen,
Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Correspondence		
Email: putri@mahasiswa.unipem.ac.id , rika_apriani@mahasiswa.unipem.ac.id , Galih_firman@mahasiswa.unipem.ac.id , wahyu_wibowo@mahasiswa.unipem.ac.id , erma_lusiana@mahasiswa.unipem.ac.id , karnawistmik@gmail.com .		No. Telp:
Submitted: 19 September 2026	Accepted: 28 September 2026	Published: 29 September 2026

Abstrak

Permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah Penjualan daun pisang mengalami fluktuasi karena adanya persaingan antar pedagang dan variasi harga pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian Usaha Mikro Kecil dan Menengah daun pisang di pasar Cikupa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik random sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif, analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji koefisien regresi (R^2), dan uji hipotesis (uji t dan uji F) Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t Sebesar Harga (X_1) 3.790 dan Kualitas produk (X_2) 9.025 dari semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Kebaharuan (Novelty) Penelitian Permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah Penjualan daun pisang mengalami fluktuasi karena adanya persaingan antar pedagang dan variasi harga pasar, Memberikan model empiris khusus yang dapat digunakan oleh pedagang atau UMKM daun pisang. Penelitian hanya berfokus pada variabel tertentu harga dan kualitas produk, sehingga belum mempertimbangkan faktor lain seperti digital marketing, inovasi produk, rantai pasok, modal, dan teknologi pengolahan daun pisang.

Kata kunci: Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; UMKM; Daun Pisang.

PENDAHULUAN

Daun pisang merupakan komoditas yang banyak digunakan sebagai pembungkus makanan, bahan pelengkap kuliner, dan kebutuhan UMKM makanan tradisional. Permintaan yang tinggi membuat daun pisang memiliki nilai ekonomi penting di pasar tradisional. Namun, keputusan pembelian daun pisang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu harga dan kualitas produk. Harga sering berubah akibat musim dan ketersediaan, sementara kualitas daun seperti ketebalan, kesegaran, warna, dan kebersihan sangat menentukan apakah konsumen akan membeli atau tidak. Konsumen, khususnya pelaku usaha kuliner, semakin selektif karena kualitas daun yang tidak seragam dan harga yang tidak stabil. Penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas daun pisang terhadap keputusan pembelian masih jarang dilakukan. Karena itu, penelitian ini penting untuk memahami faktor apa yang paling memengaruhi keputusan konsumen, sehingga pedagang dapat menetapkan harga dan menjaga kualitas secara lebih tepat untuk meningkatkan penjualan.

Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen, lain menghasilkan biaya dan harga dapat mempengaruhi kinerja finansial dan memiliki pengaruh penting terhadap persepsi pembeli. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan

perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Sari, P. I., & Sufi, S. (2021) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Jika perusahaan ingin berkembang apalagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukkan jika kualitas memiliki pengaruh terhadap pelanggan. Pelanggan tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan, produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, cepat, ketahanan memiliki karakteristik yang berbeda serta memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan pelanggan akan membuat pelanggan akan merasa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak harga terhadap keputusan pembelian serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi pengaruh gabungan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tersebut. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Keputusan pembelian ialah kegiatan konsumen yang meliputi seluruh rincian proses yang dilakukan konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, evaluasi, dan memilih di antara pilihan-pilihan konsumen. Keputusan pembelian merupakan pilihan antara dua atau lebih pilihan alternatif. Proses keputusan pembelian adalah hal yang penting bagi konsumen karena dalam proses tersebut terdapat langkah-langkah yang terjadi dengan berurutan. Menurut Kotler dan Keller, lima tahapan proses keputusan pembelian konsumen adalah Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian. Proses ini dimulai dari konsumen menyadari ada masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi hingga mereka mengevaluasi kembali kepuasan mereka setelah melakukan pembelian. Banyaknya dan pengaruh sumber informasi ini sangat bervariasi seperti penelitian (Rizal et al., 2024) secara umum konsumen mendapatkan informasi mengenai suatu produk paling banyak dari sumber komersial, seperti iklan dan bentuk-bentuk promosi lainnya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Akan tetapi, sumber yang paling efektif berasal dari sumber-sumber pribadi seperti keluarga, teman, tetangga dan lain-lain. Hal ini didukung oleh yang menempatkan variabel harga, dan kualitas dalam penelitiannya meskipun dengan berkembangnya zaman daun pisang masih di gunakan sampai saat ini. Daun pisang harus terus bertumbuh dan di lestarian dengan pesat sejalan dengan kemajuan jaman. menghadapi tantangan jaman yang semakin sengit, ini perlu untuk mengembangkan usahanya dalam rangka penguatan skala bisnisnya. Berikut data penjualan daun pisang.



Grafik 1. Data penjualan daun pisang tahun 2022-2024 (per ball)

Sumber Data diolah Penulis (2025)

Dari grafik 1.1 dapat disimpulkan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian konsumen terhadap UMKM daun pisang pasar Cikupa. Pada tahun 2022 aktual penjualan daun

pisang di pasar cikupa berjumlah 39.000 ball, Tahun 2023 aktual penjualan sebanyak 42.000 ball dan tahun 2024 aktual penjualan sebanyak 41.000 ball. Menurut (Marlius & Jovanka, 2023) Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Menurut Sugiono Jenis penelitian ini bertujuan untuk membuat pencandraan atau deskripsi mengenai fakta fakta dan sifat sifat suatu populasi atau daerah tertentu secara sistematis, faktual, dan teliti, serta meluas dari beberapa variabel tertentu saja (tidak mendalam seperti studi kasus). Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang mengharuskan semua kajian penelitian diukur dengan angka- angka kuantitatif secara ontologis dan harus diletakkan pada tatanan realisme (Trisliana Tanto, 2020:212).

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli UMKM daun pisang di pasar cikupa pada tahun 2022 sampai tahun 2024. Sampel adalah bagian kecil dari sesuatu yang lebih besar (seperti populasi atau material) yang diambil untuk mewakili atau memberikan gambaran tentang keseluruhan tersebut, digunakan untuk pengujian, analisis, promosi, atau penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode simple random sampling, hal ini dikarenakan metode simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah customer di UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa. Berdasarkan penyebaran kuesioner terdapat 100 responden yang merupakan customer pada pembelian UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa. Adapun data responden dilihat dari jenis kelamin dan usia yang dijadikan sampel

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan total pernyataan 100 item kuesioner, dari hasil pengujian data menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3739) maka dapat disimpulkan semua butir pertanyaan valid, maka dari itu untuk pengujian data statistik berikutnya ke semua variabel dapat digunakan untuk proses pengolahan dan analisis selanjutnya. Kemudian setelah diperiksa keabsahannya, penulis juga melakukan uji reliabilitas yang hasilnya uji reliabilitas analisis ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan. Ketiga variabel tersebut lolos uji karena Nilai Chronbach alpha lebih besar dari nilai standar 0,70.

Uji t

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,025 sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,984 berikut adalah hipotesis X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y secara individual adalah sebagai berikut :

Tabel.1 Uji Hipotesis (uji t) X_1 terhadap Y

Model	Coefficientsa	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.051	3.271			-2.156	.034
	HARGA	.490	.129	.269		3.790	.000
	KUALITAS	.890	.099	.641		9.025	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai t harga (X_1) sebesar 3.790 kemudian dibandingkan dengan ttabel didapat dengan taraf signifikansi = 0,05; $df = n = 100$ maka didapat ttabel = 3.790. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa t hitung > ttabel yaitu $3.790 > 1,660$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dengan keputusan pembelian (Y).

Tabel.2 Uji Hipotesis (uji t) X_2 terhadap Y

Model	Coefficientsa	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.051	3.271			-2.156	.034
	HARGA	.490	.129	.269		3.790	.000
	KUALITAS	.890	.099	.641		9.025	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai t kualitas produk (X_2) sebesar 9.205 kemudian dibandingkan dengan ttabel didapat dengan taraf signifikansi = 0,05; $df = n = 100$ maka didapat ttabel = 1,660. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa t hitung > ttabel yaitu $9.025 > 1,660$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dengan keputusan pembelian (Y).

Hasil Uji Hipotesis Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y Dependent Variable: Keputusan Pembelian Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung untuk variabel harga (X_1), dan kualitas produk X_2) > dari t table 1.984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 dan H_2 berpengaruh positif dan dapat diterima dan berpengaruh kepada Y.

Uji F

Guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dilakukan uji hipotesis secara simultan. Hasil Uji F antara (X_1) dan (X_2) terhadap (Y).

Tabel .3 Uji F antara (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)

Model	ANOVAa	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378.625	2	189.313	51.292	.000b
	Residual	358.015	97	3.691		
	Total	736.640	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

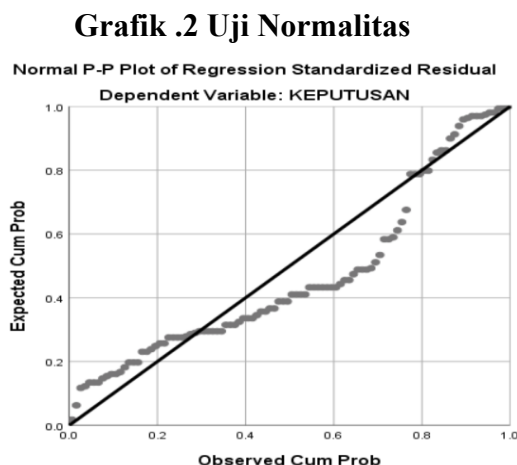
Sumber : Data diolah Penulis (2026)

Pengujian secara stimultan antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) Terhadap Keputusan pembelian. Pada hipotesis ini yang akan diuji adalah apakah bahwa antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian. Dari tabel di peroleh nilai F yaitu 2,31 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai Fhitung $51.292 > F_{tabel} 2.31$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) ada pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan pembelian.

Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov pada tabel berikut didapat nilai Assymp. Sig >

0.05, dinyatakan berkontribusi normal karena gambar titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik searah mengikuti garis diagonal. Berdasarkan hasil di atas, diketahui nilai signifikasni atau Sig.(2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig. (2 tailed) $0,000 < 0.05$ (0.05 adalah taraf signifikan), maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel harga dan kualitas produk keputusan pembelian.



Sumber : Data diolah Penulis (2026)

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas terlihat bahwa nilai VIF dari kedua variabel kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 0,1, maka dapat disimpulkan regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel . 4 Uji Multikolinearitas

Coefficientsa			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HARGA	.992	1.008
	KUALITAS	.992	1.008
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN			

Sumber : Data diolah Penulis (2026)

Uji Korelasi Berganda X1, X2 Terhadap Y

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi antara variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) keputusan pembelian (Y) didapat nilai koefisien determinasi atau nilai R square sebesar 0,514. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 51% dan sisannya sebesar 49% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel.5 Uji korelasi Berganda X1, X2 Terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.504	192.117
^a Predictors: (Constant), KUALITAS, HARGA				
^b Dependent Variable: KEPUTUSAN				

Sumber : Data diolah Penulis (2026)

PEMBAHASAN

Setelah menganalisis dan menghitung data-data yang didapatkan melalui kuesioner dari 100 responden terkait dengan Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa, maka hasil yang digunakan untuk menjawab beberapa pertanyaan rumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, terbukti bahwa variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Signifikansi pengaruh secara simultan baik Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) dapat diketahui melalui uji F. Sedangkan besarnya proporsi variabel dari Keputusan Pembelian yang dijelaskan oleh Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2). Untuk melihat keeratan hubungan atau korelasi Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ditunjukkan oleh *multiple regression* (R). Nilai koefisien determinasi berganda (R) sebesar 0,514 artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kemudian 51,4% Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi secara simultan oleh Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2), sisanya 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini bahwa Harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Daun Pisang di Pasar Cikupa. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga pada uji t adalah 3,790 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan bahwa Harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa.
3. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini bahwa Kualitas Produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) UMKM Daun Pisang di Pasar Cikupa. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk pada uji t adalah 9,025 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian diterima dan terdapat pengaruh X_2 terhadap Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai Pengaruh Karakteristik Pengaruh harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Daun Pisang di Pasar Cikupa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga (X_1) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan pada hasil uji t (parsial), diperoleh nilai statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.790 > 1,660$) dan nilai singfikan lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$). Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, secara parsial maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Daun Pisang di Pasar Cikupa.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Produk (X_2) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Berdasarkan pada hasil uji t (parsial) , diperoleh nilai statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.025 > 1,660$) dan nilai singfikan lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,5$). Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, secara parsial maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Daun Pisang di Pasar Cikupa.

3. Pengaruh Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh Positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan pada hasil uji f (simultan) ,diperoleh nilai statistik f $t_{hitung} > r_{tabel}$ ($51.292 > 3,094$) dan nilai singfikan lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,5$). Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima, secara simultan Harga, Kualitas Produk Dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Daun Pisang di Pasar Cikupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Latief, A. (2018). *Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 7(1), 90–99.
- Muhyun, A. A. (2025). *Internet of Things (IoT) untuk digitalisasi perikanan berbasis teknologi*. Digitalisasi Perikanan Berbasis Teknologi, 29.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Innovation*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(3), 59–72.
- Safitri, I. P. (2024). *Pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian baju thrift di Toko Istana Manado* (Skripsi). IAIN Manado.
- Anggraini, A. C., Bahri, S., & Siswanto, S. (2024). *Peran manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra lembaga di SMP Negeri 13 Rejang Lebong* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Suharyanto, M. M., & Arianto, S. E. B. (2023). *Manajemen pemasaran: Solusi untuk mencapai keunggulan kompetitif*. Mega Press Nusantara.
- Nisa, N. N. K. (2023). *Pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada CV. Sukses Abadi Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan* (Skripsi). Universitas Islam Lamongan.
- Rakasiwi, A. G. (2022). *Analisis pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna raket Li-Ning (Studi kasus pada UKM Olahraga Unimus)* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Semarang