

## Table Of Content

<b>Journal Cover</b> .....	2
<b>Author[s] Statement</b> .....	3
<b>Editorial Team</b> .....	4
<b>Article information</b> .....	5
Check this article update (crossmark) .....	5
Check this article impact .....	5
Cite this article .....	5
<b>Title page</b> .....	6
Article Title .....	6
Author information .....	6
Abstract .....	6
<b>Article content</b> .....	7

**Indonesian Journal of Cultural and  
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

## Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## Editorial Team

### Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

**Article information**

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

## **The Influence of Product Quality, Price, and Sales Promotion on Cassava Tape Purchase Decisions**

### *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Tape Singkong*

**Nyadia Ofianti, Nyadia.ofi234@gmail.com, (0)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

**Misti Hariasih, mistihariasih@umsida.ac.id, (1)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

(1) Corresponding author

#### **Abstract**

This study aims to examine the effect of Product Quality, Price, and Sales Promotion on Cassava Tape Purchase Decisions in Wonosari Village. In this study using quantitative methods. The total sample taken in this study was 100 respondents from Cassava Tape customers in Wonosari Village. . Data collection techniques using questionnaires. Data analysis in this study includes validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, auto correlation test, multiple linear regression analysis, T test, multiple correlation coefficient (R) and coefficient of determination (R<sup>2</sup>). With the SPSS 22 (Statistical Package for the Social Sciences) tool. The results of this study prove that product quality affects purchasing decisions, price affects purchasing decisions, sales promotions affect purchasing decisions and product quality, price and sales promotions simultaneously affect purchasing decisions of Cassava Tape in Wonosari Village.

## Pendahuluan

Pada zaman ini makanan tradisional sudah mulai diminati oleh masyarakat dikarenakan banyaknya makanan modern yang masuk, sehingga membuat makanan tradisional kurang diminati oleh masyarakat. Makanan tradisional ada berbagai macam seperti klanting, onde-onde, tape, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis makanan tradisional yakni tape singkong. Tape merupakan makanan ringan yang biasanya dimakan oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat yang ada di pulau Jawa. Tape mempunyai rasa yang manis dan adanya sedikit kandungan alcohol dimana kandungan tersebut mempunyai aroma yang menyengat, berstruktur lunak dan mengandung air.

Pada dasarnya tape yang mempunyai kandungan rasa yang khas, warna, dan bentuknya menarik dan sedikit lengket. Dari praktikum ini dapat disimpulkan bahwa pada saat proses pengolahan tape digunakan melalui berbagai tahap yaitu seperti penimbangan, pencucian, perendaman, pengukusan, penambahan ragi, dan pembungkusan. Proses tape ini harus perlu diperhatikan dengan baik karena agar tape menjadi enak dan legit. Oleh karena itu, hanya masyarakat tertentu yang bisa menguasai pembuatan tape, bukan hanya untuk makanan selingan tetapi untuk dipasarkan kepada masyarakat lain [1].

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pelanggan menemukan terjadinya suatu permasalahan dari penjualan barang yang mudah berubah rasa. Dari segi harga, beberapa konsumen juga mengeluhkan tentang harga yang tidak sebanding dengan kualitas produk yang mudah berubah rasa. Oleh karena itu perlu dipertahankan agar bisa menjaga tingkat penjualan yang dihasilkan. Jika harga mengalami kenaikan maka kualitas barang yang dihasilkan juga semakin baik. Hal ini perlu dipertahankan agar tidak kalah dengan pesaing lainnya.

Apalagi masyarakat menyukai hal-hal seperti harganya yang murah dan isinya yang banyak. Setelah membeli tape diusahakan agar membuka langsung kantong plastic agar tape tidak menjamur terlalu lama dan tape mempunyai udara agar bau tape yang legit itu membawa aroma yang wangi. Tape dapat bertahan dikulkas hanya 3hari saja. Sementara apabila pembeli membeli banyak tape maka pembeli tersebut mendapatkan harga yang lebih murah.

Dalam Kualitas produk bisa memuaskan para konsumennya akan terjadi pembelian yang berulang-ulang pada tape tersebut. Dan akan terjadi peningkatan yang sangat pesat sekali dalam jangka panjang bila kualitas produk cukup baik dan menarik untuk para konsumen dan menjadi terjadinya persaingan [1] Bila perusahaan atau pebisnis tidak bisa memenuhi kualitas produk yang baik dan lain-lain akan menyebabkan ketidakpuasan para konsumen. Pada umumnya konsumen menilai kepuasan mereka melalui suatu produk dengan cara membandingkan kualitas produk yang telah mereka rasakan.

## Metode Penelitian

### A. Definisi Operasional

1. Kualitas Produk merupakan karakter sebuah produk yang digantungkan pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang diinginkan
2. Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan dalam membeli suatu produk karena berbagai alasan untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang menunjukkan apabila semakin tingginya harga maka semakin baik pula kualitas yang didapatkan.
3. Promosi Penjualan merupakan kegunaan pemasaran yang berfokus pada komunikasi program pemasaran secara persuasif terhadap konsumen dan calon konsumen guna mendorong terjadinya transaksi negoisasi.
4. Keputusan Pembelian adalah proses dimana yang konsumen menemukan masalahnya, untuk mencari informasi dari berbagai produk atau merek lainnya dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut yang dapat memecahkan masalahnya, dan kemudian ringkasan proses tersebut mengarah terhadap keputusan.

### B. Populasi dan Sampel

1. Populasi : Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian tape singkong di desa Wonosari [2].
2. Sampel : Teknik sampling yang digunakan ialah *Nonprobability* sampling dimana teknik atas pengambilan sampel ini tidak memberi kesempatan ataupun peluang sama bagi setiap anggota atau unsur dari populasi yang dipilih menjadi sampel [2]. Dengan metode *Accidental* sampling yakni teknik atas penentuan sampelnya didasarkan oleh kebetulan, yaitu siapa saja yang secara *accidental* atau kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data dari sampel. (Konsumen yang melakukan pembelian tape singkong di desa Wonosari ).

### C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data : Jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif. Kuantitatif merupakan data berupa angka yang



mana analisisnya menggunakan *Software* statistik.

2. Sumber Data : Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner (*Google Form*) dan menggunakan data sekunder dari buku dan jurnal.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian, data yang akan dikumpulkan maupun digunakan dapat memecahkan permasalahan yang ada sehingga data-data tersebut dapat dipercaya serta akurat. Pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang paling tepat guna mengumpulkan data dalam jumlah besar. Teknik pengumpulan data dari hasil kuesioner menggunakan skala *Likert*. Skala *likert* merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Fenomena ini disebut variabel penelitian yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti [3].

#### E. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas merupakan salah satu pengujian data untuk mengetahui apakah data yang digunakan dapat dikatakan valid atau tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung validitas menggunakan *Correlation Pearson Moment*. Yaitu dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, dengan membandingkan nilai koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) dengan 0,30 atau nilai kritis. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan tidak valid apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  [3]. Sedangkan untuk mengukur reliabel dapat diukur dengan membandingkan *Alpha Cronbach* atau alpha hitung dengan alpha tabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  dan dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  [3].

#### F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi *software SPSS.22*. Didalam penelitian ini terdapat pengujian uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

##### 1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas : Uji normalitas ini untuk mengetahui tingkat kenormalan data yang digunakan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

b. Uji Multikolinearitas : Agar dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi adalah sebagai berikut :

1. Jika angka *tolerance* diatas ( $>$ ) 0,1.
2. Jika nilai VIF dibawah ( $<$ ) 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas dengan nilai *tolerance* tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas : Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat *Scatterplot*. Jika di dalam *Scatterplot* titik-titik menyebar secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas : Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *Test for linearity*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *linearity* lebih kecil yaitu 0,05

e. Uji Autokorelasi : Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*.

##### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat [4]. Menggunakan metode analisis untuk memenuhi hipotesis yang tertuang dengan mengaplikasikan analisis regresi linear berganda, melalui perbandingan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

#### G. Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam pengujian hipotesis. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan uji t, koefisien korelasi berganda dan uji koefisien determinasi berganda.

##### 1. Uji t

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari



$t_{tabel}$ . Selain itu terdapat juga dengan mengaplikasikan uji signifikan. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih dari  $\alpha$  0,05[5].

## 2. Koefisien Korelasi Berganda ( $R$ )

Digunakan untuk menghitung tingkat keamatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jangkauan nilai  $R$  berkisar antara 0 dan 1, dimana semakin mendekati angka 1 berarti semakin kuat hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat [5].

## 3. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi berganda adalah antara nol dan satu (0-1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas [5].

# Hasil dan Pembahasan

## A. Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Porduk	X1.1	0,797	0,196	Valid
	X1.2	0,791	0,196	Valid
	X1.3	0,709	0,196	Valid
Harga	X2.1	0,823	0,196	Valid
	X2.2	0,909	0,196	Valid
	X2.3	0,842	0,196	Valid
Promosi Penjualan	X3.1	0,835	0,196	Valid
	X3.2	0,841	0,196	Valid
	X3.3	0,693	0,196	Valid
	X3.4	0,622	0,196	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,838	0,196	Valid
	Y2	0,774	0,196	Valid
	Y3	0,801	0,196	Valid

**Table 1.** Uji Validitas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 2 diatas, diketahui bahwa semua pernyataan pada indikator variable Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi Penjualan( $X_3$ ), dan Keputusan Pembelian (Y) menghasilkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan demikian pernyataan kuesioner yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteiti.

### 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.649	0.6	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0.821	0.6	Reliabel
Promosi Penjualan ( $X_3$ )	0.768	0.6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.726	0.6	Reliabel

**Table 2.** Uji Reliabilitas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diketahui bahwa variabel Kualitas produk sebesar 0.649, Harga sebesar 0.821, Promosi Penjualan sebesar 0.768, dan Keputusan Pembelian sebesar 0.726 memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Sehingga kuesioner yang mengukur variabel penelitian dapat dikatakan reliabel.

## B. Uji analisis data

### 1. Uji AsumsiKlasik

a) Uji Normalitas

*Supplementary Files*

**Gambar 1.** Uji Normalitas

**Sumber :** Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar 1 diatas, diketahui titik-titik menyebar mendekati garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,834	1,200
Harga	0,721	1,387
Promosi Penjualan	0,703	1,423

**Table 3.** Uji Multikolinearitas Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10) dan toleransi lebih besar dari 0,1 (>0,1), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penjelas yang satu dengan variabel lainnya tidak saling berkolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 2.** Scatterplot

Variabel Dependen : Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari *scatterplot* pada Gambar 2, diketahui bahwa plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Dengan demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Linieritas

Variabel	Sig. Linearity	Keterangan
Keputusan Pembelian*Kualitas Produk (X1)	0.000	Linier
Keputusan Pembelian*Harga (X2)	0.000	Linier
Keputusan Pembelian*Promosi Penjualan(X3)	0,000	Linier

**Table 4.** Uji Linieritas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 5 diatas kualitas produk mendapatkan nilai sig. 0,000 , harga sig. 0,000, dan yang terakhir promosi penjualan mendapatkan nilai sig. 0,000. Menyatakan pada variabel bebas nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dinyatakan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

e) Uji Autokorelasi

Model	R	RSquare	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	,785a	,616	,604		1,146	1,897

**Table 5.** Uji Autokorelasi Data diolah menggunakan SPSS

Pada Tabel 6 diatas dapat dinyatakan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) 1,897 maka tidak terjadi autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized
	Coefficients		Coefficients
	B	Std. Error	Beta

1 (Constant)	,988	1,028	
Kualitas produk	,211	,071	,206
Harga	,132	,060	,163
Promosi penjualan	,444	,058	,583

**Table 6.** Analisis Regresi Linier Berganda Data diolah menggunakan SPSS

Pada Tabel 7 diatas, berdasarkan persamaan regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 0,988 + 0,211 X_1 + 0,132 X_2 + 0,444 X_3$$

### C. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji t

Untuk pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui cara dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Selain itu dapat juga dengan mengaplikasikan uji signifikan. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih dari  $\alpha$  0,05.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,988	1,028		,961	,339
Kualitas Produk	,211	,071	,206	2,977	,004
Harga	,132	,060	,163	2,189	,031
Promosi Penjualan	,444	,058	,583	7,726	,000

**Table 7.** Hasil Uji t Data diolah menggunakan SPSS

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan *degree of freedom* sebesar  $df = n - k - 1$  ( $96 - 4 - 1 = 91$ ) sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.66177, maka dapat disimpulkan :

1. Kualitas Produk : Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,977 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.66088, maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,804 > 1.66177$ ) dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian
2. Harga : Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,189 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.66088, maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,189 > 1.66088$ ) dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,031 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen harga terhadap variabel dependen keputusan pembelian.
3. Promosi Penjualan : Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,726 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.66088, maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,726 > 1.66088$ ) dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa variabel promosi penjualan ( $X_3$ ) yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen pelayanan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

#### 2. Uji F

ANOVA a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.868	3	67.289	51.279	.000b
	Residual	125.972	96	1.312		
	Total	327.840	99			

**Table 8.** Hasil Uji F Data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,279 sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan sebesar 5% dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dan pada table diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$

#### 3. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Tabel 10

Model				Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	,785a	,616	,604	1,146

**Table 9.** Korelasi Berganda ( $R$ ) dan Korelasi Determinasi Berganda ( $R^2$ ) Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 9 diatas diketahui nilai  $R$  sebesar 0.785 atau (78,5%). Nilai  $R$  bernilai positif, sehingga menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel dependen dan variabel independen dapat dikatakan cukup kuat.

#### 4. Koefisien Korelasi Determinasi ( $R^2$ )

Model				Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	,785a	,616	,604	1,146

**Table 10.** Korelasi Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Berdasarkan Tabel 10 diatas diketahui nilai  $R$  Square sebesar 0.616, sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi penjualan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) menunjukkan hubungan saling berpengaruh sebesar 46,0 %, dan sisanya 54,0% dijelaskan oleh variabel-variabel lain selain variabel yang disebutkan.

#### D. Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS *Statistics* versi 22.

##### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kualitas produk tape yang baik dan dapat memberikan cita rasa yang enak.

Hal ini dapat diartikan bahwa tape singkong home industri desa wonosari memiliki ketahanan yang relatif lama dengan cara menambahkan bahan tape yang berkualitas dan cita rasa pada produk tape ini lebih enak daripada produk tape lainnya serta kualitas produk tape home industry di desa wonosari sesuai dengan harga produk yang diberikan.

Hasil penelitian ini di dukung dengan peneliti sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy" (Sukmawati & Ekasasi, 2020). Hasil Penelitian yang dilakukan peneliti yakni variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy di Yogyakarta. [08]

Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Ayam Geprek "Takhasienna" Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk)" oleh (Setyani et al., n.d.). Hasil yang ada dalam penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian [09]

##### 2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk tape singkong home industri desa wonosari telah sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Hal ini dapat diartikan bahwa home industri tape singkong desa wonosari memiliki harga yang terjangkau dan lebih ekonomis dibandingkan produk tape lainnya serta pada harga produk tape ini sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Super Chicken Di Jambangan Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragenoleh (Suryati & Nur Rahmat, 2020). Hasil yang ada dalam penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat pengaruh harga pada keputusan pembelian [10]

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan peneliti sebelumnya Oleh (Joshua & Metta, 2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. Hasil yang ada dalam penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat pengaruh harga pada keputusan pembelian[11]

### 3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dengan promosi penjualan yang dilakukan dapat menarik perhatian para konsumen.

Hal ini dapat diartikan bahwa home industri desa wonosari dalam melakukan promosi penjualan telah memberikan hadiah atau premium dalam pembelian tertentu. Dan home industri tape singkong memberikan potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu. Produsen tape desa wonosari juga memberikan cashback berupa uang atau barang baru kepada konsumen apabila produk tape mengalami kerusakan baik segi produk atau rasa serta produsen memberikan sebuah kupon undian terhadap konsumen yang sering melakukan pembelian dalam jumlah tertentu.

Hasil pada penelitian ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian KFC Grand Wisata Di Masa Pandemi” oleh (Nabilaturrahmah et al., 2021) [12] yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh promosi penjualan pada keputusan pembelian [ 13]

### 4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kualitas produk tape yang baik dan dapat memberikan cita rasa yang enak.

Hal ini dapat diartikan bahwa tape singkong home industri desa wonosari memiliki ketahanan yang relatif lama dengan cara menambahkan bahan tape yang berkualitas dan cita rasa pada produk tape ini lebih enak daripada produk tape lainnya serta kualitas produk tape home industry di desa wonosari sesuai dengan harga produk yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk tape singkong home industri desa wonosari telah sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Hal ini dapat diartikan bahwa home indutri tape singkong desa wonosari memiliki harga yang terjangkau dan lebih ekonomis dibandingkan produk tape lainnya serta pada harga produk tape ini sesuai dengan manfaat yang dirasakan. Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dengan promosi penjualan yang dilakukan dapat menarik perhatian para konsumen.

Hal ini dapat diartikan bahwa home industri desa wonosari dalam melakukan promosi penjualan telah memberikan hadiah atau premium dalam pembelian tertentu. Dan home industri tape singkong memberikan potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu. Produsen tape desa wonosari juga memberikan cashback berupa uang atau barang baru kepada konsumen apabila produk tape mengalami kerusakan baik segi produk atau rasa serta produsen memberikan sebuah kupon undian terhadap konsumen yang sering melakukan pembelian dalam jumlah tertentu.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya dengan judul “Kualitas Produk, Harga dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado)” Oleh (Manambe & Lopian, 2019) [14] untuk mengetahui kualitas produk, harga dan servicescape berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian dan harga merupakan variabel yang dominan dengan demikian harga yang ditawarkan kepada konsumen kompetitif. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar” oleh (Putri & Trisnowati, 2021) [15]

## Kesimpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian tersebut diperoleh hasil yang menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti pada pengujian hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati, Tahun 2020 [7] dan Ekasasi, Tahun 2020 [8]. Hasil penelitian variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian tersebut diperoleh hasil yang menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti pada pengujian hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryati, Tahun 2020 [19] dan Nur Rahmat, Tahun 2020 [11]. Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian tersebut diperoleh hasil yang menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti pada pengujian hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabilaturrahmah , Tahun 2021 [20]

## References

1. Agustina, L. (2020). Pengantar Manajemen (1st ed.). Surabaya: Jakad Media Publishing.
2. Assauri, S. (2009). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
3. Auliana, R. (2001). Gizi dan Pengolahan Pangan. Solo: Adicitra
4. Babin. (2011). Menjelajahi Riset Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
5. Buchory, H. A., & Saladin, D. (2013). Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.
6. Dajan, A. (2000). Pengantar Metode Statistik (II). LP3ES. Solo: TB. Rahma Solo
7. Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2013). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
8. Diansyah, Diansyah, Dan Rachmat M. Putera. (2017) "Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian." Media Ekonomi dan Manajemen, vol. 32, no. 2
9. Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Disertai Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro.
10. Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Universitas Diponegoro.
11. Ghozali, I., & Chariri, A. (2016). Teori Akuntansi. Universitas Diponegoro.
12. Haryanti Dwi Putri, D. (2019). Hubungan Media Sosial Instagram, Word Of Mouth, Efektivitas Iklan Televisi Dan Brand Awareness Dengan Keputusan Pembelian (Studi Compact Powder Wardah Di Counter Buaran Plaza, Jakarta Timur) Journal Of Chemical Information And Modeling, 5(9), 1-44.
13. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
14. Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
15. Manambe, H. F., & Lapijan, S. L. H. V. J. (2019). Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado) Product Quality, Price and Servicescape Influence on Purchasing Decisions (Study At Rosita Manado Restaurant). A.S. Soegoto 5456 Jurnal EMBA, 7(4), 5456-5465. Fathoni, Daniel Okki. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. E-Jurnal Of Management .
16. Nabilaturrahmah, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh harga dan promosi grabfood terhadap keputusan pembelian kfc grand wisata di masa pandemi Influence of price and grabfood promotion on the purchase decision of kfc grand wisata. Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman 13(1), 72-80.
17. Nasution, S. L., & Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. Journal Ecobisma, 43-53.
18. Priyatno, D. (2013). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS. Pekalongan: Gava Media.
19. Purba, Rosintasn Sabrina, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Kota Batam. Jurnal Akrab Juara, 5, 228-239.
20. Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, 3(5), 1-7.
21. Runtuuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(3), 1803-1813
22. Setyani, A. D., Aliami, S., & Hakimah, E. N. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Studi kasus pada Kedai Ayam Geprek " Takhasiena " Keamatan Kertosono - Kabupaten Nganjuk. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 6, No. 1, pp. 464-470)