

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Impor Beras Di Indonesia Tahun 2015 – 2021

Istifaria Inka Handini ¹, Muhammad As'ad ²,
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality and price on residential product purchase decision at PT Lentera Indonesia Sejahtera North Tambun. Theresearch method used was a quantitative method. The data collection techniques were in the form of questionnaires and literature. The population of this study was consumers who had taken or had a housing credit agreement at the Green Srimahi Residence 2 PT Lentera Indonesia Sejahtera North Tambun. The sampling technique in this study was non-probability sampling with the Census Sample method (saturated sample) with 68 samples. The analysis of the data used was a multiple linear regression analysis using IBM Statistic software version 28. The results showed that, partially, there was a positive and significant effect of the Product Quality variable on Purchase Decision by 63.4%, partially, there was a positive and significant effect of the Price variable on Purchase Decision by 66.3%, partially, there was a positive and significant effect of the Product Quality and Price variables on Purchase Decision by 72.1%, the remaining 29.9% was explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Price; Product Quality; Purchase Decision.

©2022 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi BisnisInstitut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author (contoh): Eka Zuni Santika adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* : ekazunisantika050397@gmail.com

How to cite this article : Santika, Eka Zuni (2022) „Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perumahan PT Lentera Indonesia Sejahtera Tambun Utara”, *Adbispreneur*, 2(6), pp. 800-803. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang pesat membuat kebutuhan akan tempat tinggal pun ikut meningkat. Hal ini membuat para pebisnis di industri properti melakukan berbagai upaya agar konsumen tertarik dan penjualan produknya meningkat. Persaingan dalam memasarkan produk yang berdampak terhadap volume penjualan produk yang berujung pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Setiap perusahaan berharap produk yang dihasilkannya memiliki kualitas yang baik, sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian atas produk tersebut. Kebutuhan akan rumah di Bekasi memberikan peluang besar bagi *developer* yang berfokus pada pembangunan rumah. Salah satunya perumahan Green Srimahi Residence 2 yang dibangun oleh PT. Lentera Indonesia Sejahtera pada tahun 2020.

Penjualan rumah di Green Srimahi Residence 2 belum maksimal. Sejak awal awal tahun

2020 hingga awal tahun 2022 Green Srimahi Residence 2 belum habis terjual. Ini dikarenakan konsumen memiliki pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian rumah di perumahan Green Srimahi Residence 2 salah satunya adalah pertimbangan kualitas produk.

PT. Lentera Indonesia Sejahtera mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun dimana penjualan tertinggi terjadi pada bulan November 2021 yaitu sebanyak 19 unit rumah sedangkan penurunan yang tajam terjadi pada bulan September 2021 yaitu hanya menjual 1 unit. Dan pada bulan Desember, tidak terjadi akad kredit dikarenakan bank BTN tidak menyediakan akad kredit. Penurunan penjualan yang terjadi dikarenakan banyaknya perusahaan lain yang menawarkan produk dengan kualitas yang lebih baik, sehingga lebih disukai oleh konsumen.

Hal pertama yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas dari produk yang akan dibelinya, kualitas yang dilihat adalah kualitas yang dapat memuaskan dan memenuhi keinginan dari konsumen itu sendiri. Apabila produk tidak sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan, maka konsumen pun enggan untuk membeli. Konsumen cenderung akan memilih produk yang memiliki kualitas yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhannya terlebih lagi untuk tempat tinggal yang akan digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Kualitas produk merupakan satu hal penting dalam menentukan suatu produk yang hendak di beli, kualitas produk yang baik itu mempunyai *value* yang tinggi sehingga mendatangkan ketertarikan pelanggan tersendiri terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk membuat konsumen puas dan nyaman ketika membeli produk yang diinginkan, oleh sebab itu kualitas yang bagus mendorong pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan bagi konsumen saat membeli rumah adalah harga. Harga perumahan dipengaruhi oleh tipe rumah itu sendiri, semakin besar ukuran rumahnya maka akan semakin mahal juga harganya. Konsumen tentu akan mempertimbangkan faktor harga sebelum menetapkan keputusannya apakah konsumen sanggup membeli atau tidak. Pentingnya penetapan harga perumahan yang dapat dilihat dari variasi harga rumah berdasarkan luas tanah dan bangunannya, sehingga konsumen dapat memilih dan menyesuaikan pada tingkat harga mana yang menjadi kesanggupannya untuk membeli.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perumahan PT Lentera Indonesia Sejahtera Tambun Utara”.

LITERATUR REVIUW

Secara etimologis atau asal kata, administrasi berasal dari Bahasa Inggris “*administration*”, dengan bentuk infinitifnya *to administer* yang diartikan sebagai *to manage* (mengelola). Menurut Fahmi (2015:2) menyatakan bahwa “Administrasi bisnis merupakan suatu tata penyusunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana”.

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Menurut Kotler dan Keller (2016:27), pemasaran merupakan sebuah proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Dan menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017:4), manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

Assauri dalam kutipan Sri Depi Oktaveni (2014:21) menyatakan bahwa „Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan””. Ada sembilan indikator kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2014:8-10) diantaranya Bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan desain. Kotler dan Armstrong (2013:314)

menyatakan bahwa „Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut“. Menurut Fandy Tjiptono (2015:156) dimensi harga terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Peter Jerry C. Olson (2013:6) menyatakan bahwa „Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif. Keputusan pembelian bukan sekedar adanya keinginan untuk membeli namun secara factual adanya proses jual-beli terhadap suatu produk yang ditawarkan“. Kotler & Armstrong (2016:188) mengemukakan keputusan pembelian memiliki beberapa dimensi diantaranya yaitu pengenalan masalah, pencairan informasi, evaluasi alternatif, keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang diperoleh dianalisis dan dijabarkan satu per satu agar didapatkan solusi untuk pemecahan masalah tersebut. Untuk itu penulis membuat kuesioner untuk mendapatkan data yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil uji t pada variabel keputusan pembelian menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) dan nilai t hitung $10.690 > t \text{ table } 0,239$ serta nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,290. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk perumahan PT. Lentera Indonesia Sejahtera Tambun Utara dinyatakan diterima.

Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel keputusan pembelian menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) dan nilai t hitung $3.768 > t \text{ table } 0,239$ serta nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,663. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga terhadap keputusan pembelian pada produk perumahan PT Lentera Indonesia Sejahtera Tambun Utara dinyatakan diterima.

Sedangkan nilai F hitung sebesar $32.954 > 3.26$ (F tabel) dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ (α) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dari itu H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa secara simultan *Employee Engagement* (X_1) dan Budaya Organisasi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan:

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan PT Lentera Indonesia Sejahtera Tambun Utara. Dan berdasarkan hasil penelitian tersebut penulis memberikan saran sebaiknya kualitas produk di dalam fitur perumahan harus lebih di tingkatkan lagi agar lebih menarik calon pembeli seperti dari fitur keamanan lingkungan yang di perketat lagi, dan pihak perusahaan lebih memperhatikan dari segi harga purna jual itu sendiri agar bisa lebih masuk ke kantong masyarakat Indonesia seperti *booking* yang murah dan DP yang terjangkau, terlebih bisa menggunakan strategi harga dalam *event-event* tertentu untuk menarik calon pembeli

perumahan subsidi, dan sebaiknya pihak perusahaan dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen supaya konsumen nyaman dan tertarik untuk membeli rumah yang mereka inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan). In *Semarang, Universitas Diponegoro*.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, Ulbert. (2013). *Studi tentang Ilmu Administrasi*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Fahmi, Irham 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (cetakan kesatu) Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2014. *Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia , FungsiSDM , Pengawasan*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Supriyanto. (2016). *Retrospektif Ilmu Administrasi Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Bandung: Alfabeta
- Handoko, T. Hani. 2009. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani *Edisi Kesembilan* Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta

Sumber jurnal:

- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- M. Tahir. (2019). Pembelian Konsumen Di Pt . Graha Konstruksi Sejati - Medan, 4(1), 59–67.
- Rahman, R., Amin, N., & Budi, W. (2018). KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT . BARUGA ASRINUSA DEVELOPMENT (Perumahan Bukit Baruga Cluster Java Regency), (Xx), 57–64.
- Rahmawati, Y., & Nilowardono, S. (2018). The Effect of Product Quality, Brand Trust, Price and Sales Promotion on Purchase Decisions on Royal Residence Surabaya (Case Study in PT. Propnex Realti Visit). *IJIEEB : International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.29138/ijieeb.v1i1.792>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 10(April), 1–12.