

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DAN KEMASAN
DI KELURAHAN LABUH BARU TIMUR
KECAMATAN PAYUNG SEKAKI
(Studi Kasus : Toko Sembako Defri)**

Syalma Lailatul Qodri¹, Dr. Ir. Dedi Zargustin, M.Si², Asgami Putri, S.P, MMA³
(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lancang Kuning)
alamat, telp/fax
(Jl. Yos Sudarso KM. 8 Rumbai, Pekanbaru, Riau, telp. 0811 753 2015)

INFO ARTIKEL

Histori Artikel
Diajukan:
Diterima:
Tersedia Online:

Kata Kunci: Keputusan Pembelian ,Pengaruh
Harga dan Kualitas ,Minyak Goreng Curah Dan
Kemasan, SamrtPLS.

DOI:

ABSTRAK

Minyak goreng adalah bahan pangan dengan komposisi utama trigliserida yang berasal dari bahan nabati dengan tanpa perubahan kimiawi termasuk hidrogenasi, pendinginan dan telah melalui proses rafinasi atau pemurnian yang digunakan untuk menggoreng

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui profil usaha Toko Sembako Defri dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah dan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, jumlah responden yang diambil adalah 96 responden. Metode yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis varians yaitu *Partial Least Square (PLS)*4.1.

Hasil penelitian minyak goreng curah ini menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian bernilai positive yang artinya berpengaruh dalam pembelian minyak goreng curah di toko sembako defri. Dan hasil penelitian minyak goreng kemasan ini menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan bernilai positive yang artinya berpengaruh dalam pembelian minyak goreng kemasan di toko sembako defri.

I. PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau, dengan kecenderungan penduduk yang beragam dalam memilih produk termasuk bahan pokok. Beredarnya minyak goreng curah di dengan berbagai macam produk minyak goreng kemasan yang bermerek yang semakin gencar ditawarkan membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan akhir individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Mengapa pembelian memerlukan keputusan? Karena akan ada beberapa alternatif pilihan lain, baik tidak membeli atau malah membeli produk pesaing.

Harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan konsumen ketika membeli suatu produk atau jasa.

Kualitas produk menjadi hal utama yang perlu dijaga oleh para pelaku usaha bagi konsumennya. Konsumen tidak akan keberatan membayar harga yang telah diterapkan ketika konsumen mendapatkan kualitas produk yang sepadan dengan jumlah uang yang dikeluarkannya.

II. METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan payung Sekaki. Tempat yang menjadi daerah penelitian yaitu Toko Sembako Defri.

Populasi dan Sampel

Teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *accidental Sampling*,

Mengingat jumlah populasi tidak diketahui, jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow* (1997), sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-p)}{d^2}$$

n = sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

$P = \text{prevalensi outcome}$, data belum didapat maka dipakai $50\% = 0,5$
 $d = \text{sampling error} = 10\% (0,10)$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$n = 96,04$

Sehingga pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan kepada 96 orang responden dengan pembagian 48 responden untuk minyak goreng curah dan 48 lagi untuk minyak goreng kemasan yang membeli Minyak Goreng di toko sembako defri .

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan software SmartPLS. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan partial least square.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SEM-PLS

1.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) MG Curah

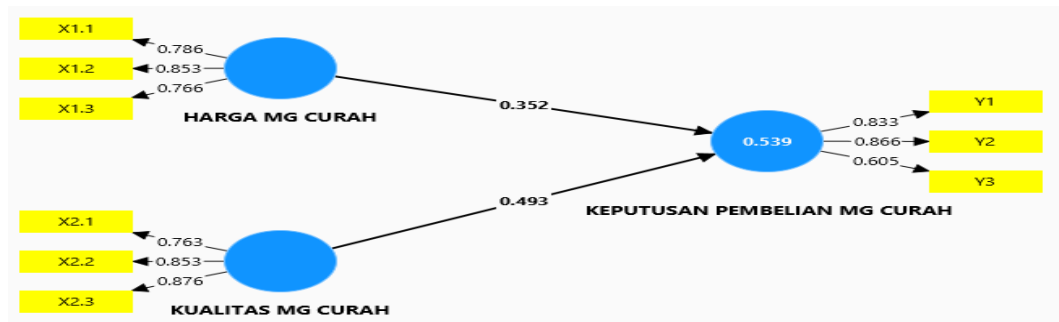
Untuk menguji validitas konvergen digunakan outer loading atau factor loading. Suatu indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen dalam kategori baik apabila nilai outer loading $> 0,7$. Jika tidak terpenuhi, maka item pertanyaan akan dihapus dari model. Berikut nilai outer loading indikator pada variabel penelitian.

Tabel 1. Uji Convergent Validity MG Curah

Konstruk	Indikator	Outer loading
Harga	X1.1	0.786
	X1.2	0.853
	X1.3	0.766
Kualitas produk	X2.1	0.763
	X2.2	0.853
	X2.3	0.876
Keputusan Pembelian	Y1	0.833
	Y2	0.866
	Y3	0.605

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

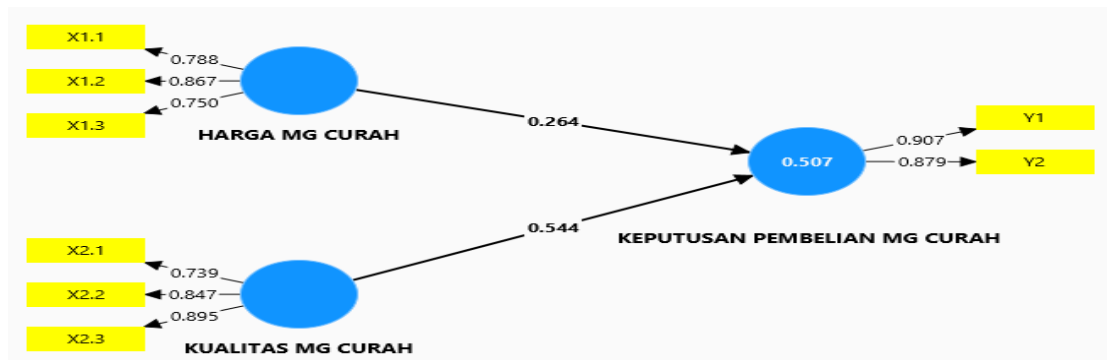
Berdasarkan penjelasan keseluruhan diatas, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak memenuhi nilai outer loading > 0,7 dan dinyatakan layak Akan tetapi, terdapat beberapa outer loading yang tidak memenuhi yaitu indikator Y3 sehingga indikator ini harus dihapus dari model untuk meningkatkan nilai Average Variance Extract (AVE). Convergent validity dapat terlihat dari gambar seperti yang ditunjukkan sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil Uji Outer Model MG Curah

Validitas Konvergen (Convergent Validity)MG Curah Setelah Modifikasi

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dijelaskan sebelumnya, Setelah melakukan modifikasi dengan menghilangkan nilai loading factor pada indikator yang nilainya dibawah 0.70, yaitu indikator Y3 maka hasil akhir untuk indikator yang tersisa > 0.70. Berikut ini adalah gambar loading factor model struktural setelah modifikasi:



Gambar 2. Hasil Path Algorithma Setelah Modifikasi

Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Setelah Modifikasi

Tabel 5 Nilai Fornell-Larcker Criterion MG Curah

Variabel	Harga	keputusan pembelian	kualitas produk
Harga	0.803		
Keputusan pembelian	0.532	0.893	

kualitas produk	0.493	0.674	0.829
------------------------	-------	-------	--------------

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

Tabel 5. Pada hasil Nilai Fornell-Larcker Criterion MG Curah menunjukkan semua variabel bernilai $> 0,7$, maka sudah memenuhi persyaratan.

R-Square

R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model sktruktural.

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel	R Square
keputusan pembelian	0.507

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

Pada variabel karakteristik keputusan pembelian menunjukkan nilai R-Square sebesar 0.507 yang dapat disimpulkan bahwa sebesar 50,7% variabel harga dan kualitas mempengaruhi variabel Keputusan pembelian,

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis ialah pengujian hipotesis dengan melakukan uji T

Tabel 8 Hasil Path Coefficient MG Curah

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
harga -> keputusan pembelian	0.264	0.283	0.107	4.533	0.000
Kualitas -> keputusan pembelian	0.544	0.542	0.120	2.467	0.014

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS, 2024

Keterangan:

Harga = X1

Kualitas = X2

Keputusan Pembelian = Y

- Ho1: Harga Minyak goreng curah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah.
- Ha1: Harga Minyak goreng curah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah.

Berdasarkan tabel di atas yaitu Path Coefficient dapat dijelaskan bahwa variable harga minyak goreng curah (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien

pada Probability Values (P-Values) bernilai kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.

- Ho2: Kualitas minyak goreng curah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah.
- Ha2: Kualitas minyak goreng curah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah.

pengaruh kualitas minyak goreng curah (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan Probability Values (P-Values) bernilai kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0.014 sehingga dapat disimpulkan Ha2 diterima dan Ho2 dapat ditolak.

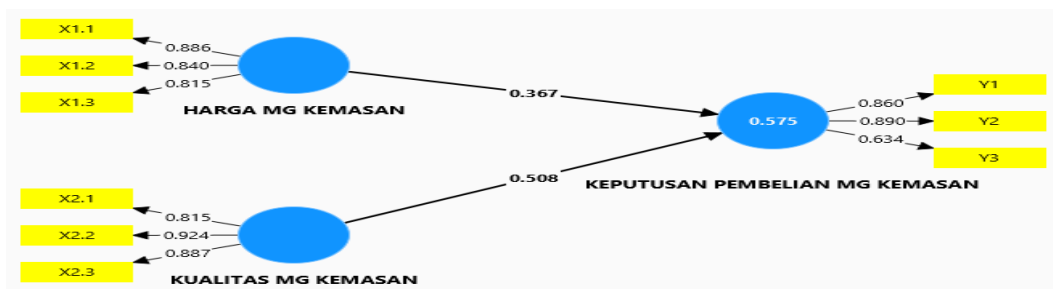
- **Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) MG Kemasan**

Tabel 9. Uji Convergent Validity MG Kemasan

Konstruk	Indikator	Outer loading
Harga	X1.1	0.886
	X1.2	0.840
	X1.3	0.815
Kualitas produk	X2.1	0.815
	X2.2	0.924
	X2.3	0.887
Keputusan Pembelian	Y1	0.860
	Y2	0.890
	Y3	0.634

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

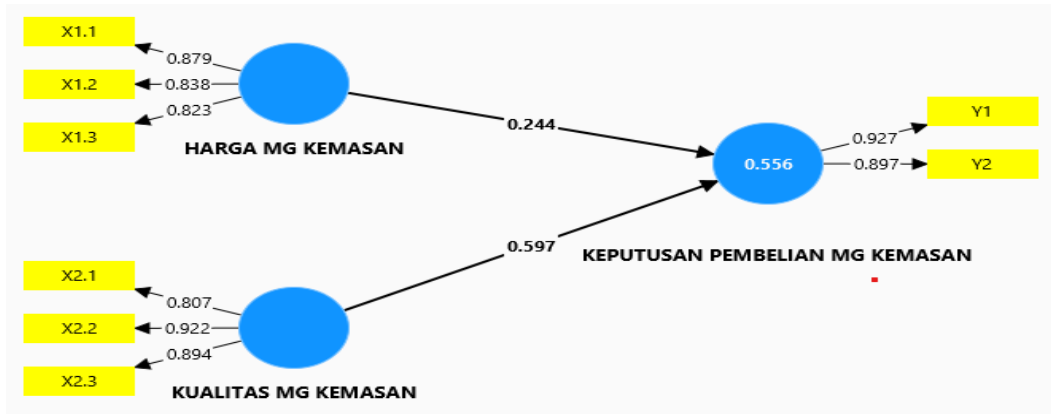
Berdasarkan penjelasan keseluruhan diatas, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak memenuhi nilai outer loading > 0,7 dan dinyatakan layak atau valid untuk analisis lebih lanjut. Dan Y3 < 0,7 akan di lakukan modifikasi.



Gambar 3. Hasil Uji Outer Model Minyak Goreng Kemasan

Validitas Konvergen (Convergent Validity)MG Curah Setelah Modifikasi

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dijelaskan sebelumnya, Setelah melakukan modifikasi dengan menghilangkan nilai loading factor pada indikator yang nilainya dibawah 0.70, yaitu indikator Y3 maka hasil akhir untuk indikator yang tersisa > 0.70. Berikut ini adalah gambar loading factor model struktural setelah modifikasi:



Gambar 4. Hasil Path Algorithm Setelah Modifikasi

Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Setelah Modifikasi

Tahap Discriminant Validity pada penelitian ini terdapat 1 tahap untuk evaluasi, yaitu nilai Fornell-Larcker Criterion dan cross loading. Tujuan evaluasi ini untuk mengkonfirmasi bahwa ada perbedaan antara model laten dan variabel lainnya.

Tabel 13. Nilai Fornell-Larcker Criterion MG Kemasan

Variabel	Harga	keputusan pembelian	kualitas produk
Harga	0.847		
Keputusan pembelian	0.532	0.912	
kualitas produk	0.484	0.715	0.876

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 13 terlihat bahwa nilai korelasi variabel dengan variabel lainnya memiliki nilai lebih besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian Discriminant Validity telah terpenuhi.

R -Square

R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model sktruktural. R-Square menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif

Tabel 15. Nilai R-Square

Variabel	R Square
----------	----------

7 | Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah Dan Kemasan Di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki (Studi Kasus : Toko Sembako Defri)

keputusan pembelian	0.556
----------------------------	-------

Sumber. Data diolah SmartPLS, 2024

Pada variabel karakteristik keputusan pembelian menunjukkan nilai R-Square sebesar 0.556 nilainya > 0,5

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis ialah pengujian hipotesis dengan melakukan uji T. Hasil dari penolakan atau penerimaannya menggunakan uji T dengan ketentuan sebagaimana nilai t-statistik yang digunakan sebesar 1,96.

Tabel 16. Hasil Path Coefficient MG Kemasan

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
harga -> keputusan pembelian	0.244	0.259	0.097	2.507	0.012
Kualitas -> keputusan pembelian	0.597	0.592	0.104	5.738	0.000

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS 3, 2024

Keterangan:

Harga = X1

Kualitas = X2

Keputusan Pembelian = Y

Ho1: Harga Minyak goreng kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.

- Ha1: Harga Minyak goreng kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.

Berdasarkan tabel di atas yaitu *Path Coefficient* dapat dijelaskan bahwa pengaruh harga minyak goreng kemasan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai Probability Values (P-Values) bernilai kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,012 sehingga dapat disimpulkan Ha1 diterima dan Ho1 dapat ditolak.

2) Pengaruh Kualitas minyak goreng kemasan (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Hipotesis yang diajukan adalah:

- Ho2: Kualitas minyak goreng kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.
- Ha2: Kualitas minyak goreng kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.

Berdasarkan tabel di atas yaitu Path Coefficient dapat dijelaskan bahwa pengaruh kualitas minyak goreng kemasan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai Probability Values (P-Values) bernilai kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan Ha2 diterima dan Ho2 dapat ditolak. Yang berarti nilainya Signifikan

a. Hasil Penelitian Minyak Goreng Curah

- Diketahui variabel harga produk terdiri dari indikator X1.1, X1.2, dan X1.3. berdasarkan tabel nilai loading faktor disimpulkan bahwa variabel harga produk memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen terdiri dari indikator Y1, Y2, Y3 dalam pembelian minyak goreng dengan harga yang terjangkau.
- Diketahui variabel kualitas produk terdiri dari indikator X2.1, X2.2, dan X2.3. berdasarkan tabel nilai loading faktor disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dengan pertimbangan bahwa kualitas minyak goreng curah sedianya mampu memahami kebutuhan rumah tangga masyarakat dan masih aman untuk di konsumsi.

b. Hasil Penelitian Minyak goreng kemasan

- Diketahui variabel harga produk terdiri dari indikator X1.1, X1.2, dan X1.3. berdasarkan tabel nilai loading factor disimpulkan bahwa pengaruh harga produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen terdiri dari indikator Y1, Y2, Y3 dalam pembelian minyak goreng kemasan Dimana harga masi relatif terjangkau oleh masyarakat .
- Diketahui variabel kualitas produk terdiri dari indikator X2.1, X2.2, dan X2.3. berdasarkan tabel nilai loading factor disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dengan pertimbangan bahwa kualitas minyak goreng kemasan sedianya mampu memahami kebutuhan konsumen dan mencapai kepuasan yang di inginkan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan :

1. Pengaruh harga minyak goreng curah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah
2. Pengaruh kualitas Minyak goreng kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, A. A. G. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square: Studi Kasus Konsumen Tempat Makan di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- B. Nainggolan dkk (2016) Uji Kelayakan Minyak goreng curah dan kemasan yang digunakan menggoreng secara berulang. *Jurnal Pendidikan Kimiavol 8*.
- Bukhori, M dan Tutik, E. 2017. Faktor-faktoryang Dipertimbangkan dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Ibu Rumah Tangga Desa KebonagungKecamatan Purworejo Kota Pasuruan. *JIBEKA Vol. 11 No. 2: 11-20*
- Fitriana. 2015. Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Minyak Goreng Kemasan dan Curah (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru). *JOM FEKON Vol. 2 No. 1: 1-14*
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal bisnis administrasi, Vol 06, No 1, 37-43*.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Hussein, A.S. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Joshua, Davin & Pedmalia, Metta (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian konsumen. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Volume 5, Nomor 1*.
- Lempang, I. R., Fatimawali, dan Nancy, C. P. 2016. Uji Kualitas Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan di Manado. *PHARMACON Jurnal Ilmiah Farmasi Vol. 5 No. 4: 155-161*
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69*.