

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS DI PT PERUSAHAAN GAS NEGARA, TBK

Nabila Nur Hakiki¹
Arni Utamaningsih²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹hakiki.nabila2@gmail.com

²arni6965@polinema.ac.id

Abstrak

Kualitas produk dan harga merupakan dua variable penting pada proses pengambilan keputusan pembelian. Kedua elemen ini saling berkaitan karena dalam proses penentuan harga barang, produsen harus memperhatikan beberapa hal salah satunya adalah kualitas produk. Tetapi dalam keputusan pembelian gas bumi di PGN Area Bojonegoro & Sekitarnya yang dilakukan oleh para pelanggan masih menimbulkan banyak praduga. Dimana pelanggan mengeluhkan harga yang tidak sesuai harapan setelah memutuskan untuk membeli. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian survei. Jumlah populasi sebanyak 3.730 pelanggan. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *whatsapp blast* terhadap 97 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisa data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesa. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Diharapkan dapat mengadakan sosialisasi untuk mengedukasi dan meningkatkan pemahaman pelanggan perihal kualitas produk dan harga yang diterapkan untuk menghindari kesalahpahaman yang diakibatkan dari kurangnya informasi yang diberikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstract

Product quality and price are two important elements in the purchasing decision-making process. These two elements are interrelated because in the process of determining the price of goods, producers must pay attention to several things, namely product quality. However, in the decision to purchase natural gas in the PGN Bojonegoro & Surrounding area made by customers, it still raises a lot of presumptions. Where the customer shows a price that does not match expectations after deciding to buy. The research objective was to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions. This research is quantitative research with survey research techniques. The total population is 3,730 customers. Data was collected by distributing questionnaires via WhatsApp blast to 97 respondents using a simple random sampling technique. Data analysis is a multiple linear regression test, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results of research on product quality and price partially or simultaneously have a positive effect on purchasing decisions. It is hoped that socialization can be carried out to educate and increase customer understanding regarding product quality and prices applied to avoid misunderstandings resulting from the lack of information provided.

Keywords: Product Quality; Price; Purchase Decision

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Gas bumi merupakan sumber energi yang paling banyak digunakan di dunia. Gas bumi banyak dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dalam kegiatan bermasyarakat. PT Perusahaan Gas Negara, Tbk atau PGN adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang

transmisi dan pendistribusian gas bumi. PGN menjadi perusahaan BUMN yang diberikan kepercayaan oleh Pemerintah dalam pengelolaan sumber daya gas bumi dibawah pengawasan PT Pertamina.

Peningkatan laba bersih sebesar USD 303,8 juta di akhir tahun 2021 menjadi salah satu bentuk keberhasilan PGN. Wilayah

operasional PGN dibagi menjadi 3 kelompok besar atau biasa disebut dengan SOR (*sales & Operation Region*). SOR I untuk area Sumatera dan sekitarnya, SOR II untuk area Jawa Barat dan sekitarnya, dan SOR III untuk area Jawa Timur dan sekitarnya. Dari masing-masing SOR tersebut terdiri dari area kerja yang lebih kecil lagi untuk memudahkan dalam pengelolaan dan operasional PGN. Dalam hal operasional, PGN dibantu oleh anak perusahaannya yaitu PT PGASOL yang berperan sebagai operasional sekaligus kontraktor resmi milik PGN. Diluar dari keberhasilan itu, kondisi pelanggan PGN di kota-kota area salah satunya di Kota Lamongan yang merupakan bagian dari pengelolaan SOR III menunjukkan kondisi yang tidak mendukung teori yang dikemukakan oleh Firmansyah (2018) dimana dalam mengambil keputusan pembelian pelanggan akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk, harga, kemasan, kualitas dan sebagainya. Tetapi kondisi dilapangan pelanggan tidak memperhatikan beberapa aspek tersebut dalam mengambil keputusan. Pelanggan memutuskan untuk membeli gas PGN dengan harga yang telah ditetapkan tetapi setelah melakukan pembelian pelanggan merasa bahwa harga yang ditetapkan terlalu mahal. Pelanggan gas PGN di Kota Lamongan baru mempertimbangkan Harga dan kualitas produk gas setelah membeli bukan sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti terdorong untuk menganalisis keterkaitan teori tersebut dengan praktik lapangan melalui pengujian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gas di PT Perusahaan Gas Negara, Tbk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, dapat ditarik perumusan masalah pada penelitian ini, yaitu apakah kualitas produk dan harga memberikan pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian gas di PT Perusahaan Gas Negara, Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian gas di PT Perusahaan Gas Negara, Tbk.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Penelitian terdahulu yang yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian oleh (Sutomo, 2021) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain dilakukan oleh (Anggas, 2021) juga memberikan hasil yang sama dengan kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2019) menyatakan bahwa kualitas produk melalui bentuk fisik maupun pikiran yang merujuk pada kelengkapan yang ada dalam suatu produk adalah sebagai manfaat yang dapat memuaskan pelanggan (Purboyo, 2021).

2.2.2 Harga

Lamb mendefinisikan harga sebagai sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa (Maskan, 2017).

2.2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi, inti dari pengambilan keputusan pelanggan yakni sebuah proses berupa kombinasi pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya (Sangadji, 2013)

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Hamdani (2011:175) berpendapat bahwa Kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasinya. Dalam pencarian informasi, pelanggan mempertimbangkan kualitas produk dengan spesifikasi-spesifikasi yang mereka butuhkan atau inginkan, jika sesuai maka yang dilakukan pelanggan selanjutnya ialah melakukan keputusan pembelian (Rahardika, 2021).

2.3.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa pada dasarnya keputusan pembelian adalah bagaimana pelanggan menganggap sebuah harga dan berapa harga sesungguhnya saat ini yang menjadi pertimbangan bukan

harga yang dinyatakan pemasar (Firmansyah, 2018).

2.3.3 Hubungan Keputusan Pembelian dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Perilaku pelanggan merupakan faktor-faktor yang mendasari pelanggan untuk membuat keputusan pembelian. Sebelum membuat keputusan untuk membeli suatu barang atau produk dan jasa, pelanggan selalu memikirkan terlebih dahulu hal-hal seperti harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut dan lain sebagainya (Firmansyah, 2018).

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan RT (rumah tangga) aktif gas PGN yang berada di Kota Lamongan dari bulan Januari sampai Desember 2021 sebanyak 3.730 Pelanggan. Jumlah populasi tersebut sudah terakumulasi pada jumlah pelanggan di bulan Desember 2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian sejumlah 97 pelanggan sesuai dengan penghitungan dengan menggunakan rumus slovin. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Definisi operasional variabel yang ada dalam penelitian ini sebanyak 3 variabel. Pertama, Kualitas Produk, dimana menurut Kotler dalam Dewi dan Prabowo (2018) dalam (Harjadi, 2021) terdapat 4 indikator yaitu (1) Bentuk (*aesthetic*), (2) Ketahanan (*durability*), (3) Keandalan (*reliability*), (4) Kemudahan penggunaan (*ease of use*). Variabel kedua yaitu Harga, menurut Kotler dan Armstrong (2016) dalam (Rahardika, 2021) menyatakan bahwa 4 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur suatu harga yaitu (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Kesesuaian harga dengan manfaat, (4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing. Variabel ketiga adalah keputusan pembelian, dimana menurut Kotler (2012) dalam (Kambolong, 2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian memiliki 3 indikator yaitu (1) kemampuan pada sebuah produk, (2) kebiasaan dalam membeli produk, (3) kecepatan dalam membeli produk.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 jenis yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden dan

dokumentasi dari situs resmi PT Perusahaan Gas Negara, Tbk. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Pertama, Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaannya mampu mewakili sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2018). Kedua, Uji reliability adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Nunnally (1994) dalam Ghozali (2018:46) suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha's $> 0,70$, (Ghozali, 2018). Ketiga, Uji Asumsi Klasik terdapat 3 uji yang harus dipenuhi yaitu: Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik, grafik P-Plot, (Ghozali, 2018). Uji Heteroskedastisitas, penelitian yang bagus adalah penelitian yang tidak heteroskedastisitas atau disebut dengan homokedastisitas. Dilihat pada grafik scatterplot jika titik tersebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y dan tidak terbentuk pola tertentu maka dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018). Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Dalam uji ini nilai *Tolerance* ≥ 0.10 atau nilai *VIF* ≤ 10 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas dan berlaku sebaliknya, (Ghozali, 2018).

Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2018:95) Analisis regresi merupakan studi untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independent* (bebas), selain itu analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif atau negatif terhadap variabel *independent*. (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* dikatakan sangat terbatas jika Nilai R^2 kecil. Sebaliknya, nilai R^2 yang

mendekati satu memiliki arti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* semakin besar. (Ghozali, 2018). Uji Hipotesis terdapat 2 uji yaitu: Uji t (uji parsial), Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Kriteria uji t adalah jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $t_{sig.} \leq (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan berlaku sebaliknya (Sugiono, 2015). Uji F (uji simultan), Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* secara bersama-sama. Kriterianya adalah Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $F_{sig.} \leq (\alpha = 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan berlaku sebaliknya (Siyoto, 2015).

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1 Uji Validitas

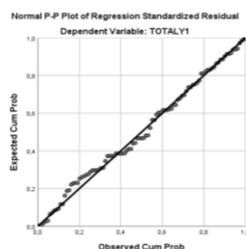
Hasil penelitian memperlihatkan bahwa semua item dalam variabel X1 (kualitas produk), X2 (harga) dan Y (keputusan pembelian) menunjukkan hasil yang valid. Dimana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,168) dan $sig. < 0,05$.

4.2 Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk semua item dari variabel X1 (kualitas produk), X2 (harga) dan Y (keputusan pembelian) menunjukkan hasil reliabel dimana *cronbach's alpha* yang diperoleh $> 0,70$ yaitu 0,815 untuk X1 (kualitas produk), 0,788 untuk variable X2 (harga) dan 0,737 untuk variable Y (keputusan pembelian). Hasil uji reliabilitas total X1 (kualitas produk), X2 (harga) dan Y (keputusan pembelian) juga menunjukkan hasil yang reliabel dengan nilai 0,917 dimana $> 0,70$.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas



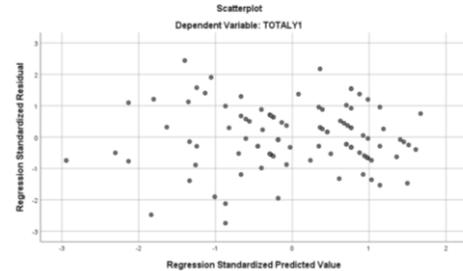
Gambar 1. Grafik Uji Normalitas

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Hasil uji normalitas grafik P-P Plot menunjukkan terlihat bahwa titik-titik data

mengikuti arah garis diagonal dan tidak ada titik-titik data yang membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas pada penelitian ini telah terpenuhi.

4.3.2 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak diantara garis 0 dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik data menyebar acak diantara (0,3) dan (0,-3), maka kesimpulannya penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.3.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X1)	0,386	2,594	Bebas Multikolinieritas
Harga (X2)	0,386	2,594	Bebas Multikolinieritas

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Harga (X2) memiliki nilai *tolerance* yang sama yaitu sebesar 0,386 $\geq 0,10$ atau VIF sebesar 2,594 ≤ 10 . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini bebas dari masalah multikolinieritas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,548	1,474		1,728	,087		
	TOTALX1	,274	,069	,355	4,000	,000	,386	2,594
	TOTALX2	,392	,065	,537	6,049	,000	,386	2,594

a. Dependent Variable: TOTALY1

Gambar 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: data diolah (2022)

Persamaan analisis linier berganda yang didapatkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 2,548 + 0,274X_1 + 0,392X_2 + e.$$

4.5 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change
					R Square Change	F Change	df1	df2	
1	.845 ^a	.714	.708	1.60723	.714	117,395	2	94	.000

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY1

Gambar 4. Hasil Koefisien Determinasi

Sumber: data diolah (2022)

Nilai *Adjusted R square* pada penelitian ini menunjukkan 0,708. Dengan kata lain 70% kualitas produk (X1) dan harga (X2) ikut berkontribusi dalam keputusan pembelian.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada Gambar 3. menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki hasil nilai $T_{hitung} 4,000 > T_{tabel} 1,661$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ sehingga variabel Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan variabel harga memiliki nilai $T_{hitung} 6,049 > T_{tabel} 1,661$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ sehingga variabel harga secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606,501	2	303,251	117,395	.000 ^b
	Residual	242,818	94	2,583		
	Total	849,320	96			

a. Dependent Variable: TOTALY1

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Gambar 5. Anova

Sumber: data diolah (2022)

Nilai F_{hitung} pada penelitian ini menunjukkan $117,395 > F_{tabel} 3,09$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah variabel X1 (kualitas produk) dan X2 (harga) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

4.7 Pembahasan

Penelitian yang telah dilakukan kepada 97 sampel diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 70%, angka tersebut merupakan keterkaitan variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian gas PGN. Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} 117,395 > F_{tabel} 3,09$ dan $sig. 0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut penelitian ini membuktikan bahwa H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga

secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sinaga (2019), Sutomo (2021), Anggas (2021), Lestari (2021), Haque (2020) dan Muhammad (2020) juga memperoleh hasil yang sama yaitu Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

5. Simpulan dan Saran

Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini jika kedua variabel bebas secara simultan dengan bentuk (*aesthetic*) sebagai indikator dari variabel kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat yang menjadi indikator variabel harga akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian gas di PGN. Saran bagi perusahaan dengan meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan sering melakukan sosialisasi dan penyebaran informasi melalui media sosial mengenai penggunaan gas, cara merawat dan menjaga asset gas serta memberikan tips bagaimana cara mengontrol penggunaan gas. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini. Diantaranya seperti variabel lokasi, promosi, *people*, kualitas pelayanan, dll untuk mengoptimalkan hasil penelitian agar semakin berkembang dan lebih baik lagi.

6. Daftar Rujukan

- Anggas, Ivan Christian, Cut Irna Setiawati. 2021. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Solar Panel di Sinar Surya Abadi Makassar." *E-proceeding of Management. Vol 8 No 4* 3535 - 3549.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen, sikap dan pemasaran*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponeoro.
- Harjadi, dkk. 2021. *Experiential Marketing & Kualitas produk dalam Kepuasan*

- Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insani.
- Kambolong, Makmur. 2021. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Maskan, Mohammad. 2017. *Manajemen Pemasaran 1*. Malang: Polinema Press.
- Purboyo, dkk. 2021. *Perilaku Pelanggan, tinjauan konseptual dan praktis*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rahardika, Mustofa Hadi. 2021. "Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlet Whitening Body Lotion Pada Mahasiswa di Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Bisnis Vol 1 Nomor 1* (Yayasan Kita Menulis) 121-124.
- Sangadji, Etta mamang. 2013. *Perilaku Pelanggan, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Siyoto, Sandu, M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutomo, Y, dkk. 2021. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di SPBBU Soekarno-Hatata Semarang." *Stability Journal of Management & Business, Vol 4 No 1* 57-65.