

---

# Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Tembakau PT.Djarum di Kalangan Pengepul di Madura

JBB  
8, 2

307

---

<sup>1</sup>Fadilatus Syammil, <sup>2</sup>Burhanudin

STIE Perbanas Surabaya, Jl. Nginden Semolo  
34-36, Surabaya 60118 Jawa Timur, Indonesia

Received 7 Maret 2019  
Revised 12 April 2019  
Accepted 29 April 2019

## ABSTRACT

Indonesia is the substantial producer of tobacco, and including the province of East Java, Pamekasan Regency, Madura. Pamekasan Regency that also produces the most tobacco compared to Sumenep Regency and Sampang Regency. Tobacco attracts the the Indonesian cigarette companies' interest. PT Djarum purchases tobacco to be used as a material to produce cigarettes. The purchase of tobacco is based on the prices and the quality. This company purchases a huge amount of tobacco, which is nine thousand tons. The aim of this research is to analyze the significant effect of the price and the quality on PT Djarum's purchasing decision of tobacco among the businesses in Madura. The respondents of this research are the leading businessmen (Pengepul/Bandul) of PT Djarum. The questionnaires were given to seventy respondents and is analyzed using Partial Least Square (PLS)-Structure Equation Model (SEM). The results of this research show that the price has a significant and positive effect on the tobacco purchasing decision of PT Djarum. However, the quality does not have a significant negative effect on the tobacco purchasing decisions of PT. Djarum.

**JEL Classification:**  
M31

**DOI:**  
10.14414/jbb.v8i2.1647

## ABSTRAK

Indonesia penghasil tembakau yang cukup besar. Terletak di provinsi Jawa Timur kabupaten Pamekasan, Madura. Kabupaten Pamekasan adalah penghasil tembakau yang paling banyak dibandingkan kabupaten Sumenep dan kabupaten Sampang. Tembakau banyak diminati oleh perusahaan-perusahaan rokok di Indonesia. PT. Djarum membeli tembakau digunakan sebagai bahan baku rokok. Pembelian tembakau berdasarkan harga dan kualitas. PT. Djarum membeli tembakau Madura dengan jumlah yang sangat besar yaitu sembilan ribu ton tembakau. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh signifikansi dari harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian tembakau PT. Djarum di kalangan pengepul di Madura. Responden pada penelitian ini adalah Bandul (pengepul) PT. Djarum. Kuesioner disebarakan kepada tujuh puluh responden dan data dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) - Struktur Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian tembakau PT. Djarum. Kualitas mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian tembakau PT. Djarum.

Keywords:

PT. Djarum, Bandul, Prices, Quality and Purchase Decision.

**Journal of  
Business and Banking**

ISSN 2088-7841

## 1. PENDAHULUAN

Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana mereka memilih dan membeli barang atau jasa berdasarkan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian membuat konsumen banyak menghabiskan waktunya untuk memikirkan pembelian yang mereka lakukan. Mereka mempertimbangkan apakah produk yang mereka beli memberikan manfaat atau nilai yang tinggi dan memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, keputusan pembelian tidak terpisahkan dari

Volume 8 Number 2  
November 2018 - April  
2019

pp. 307 - 318

© STIE Perbanas Press  
2018

sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2016).

Keputusan pembelian adalah proses kegiatan yang terdiri dari seleksi dan mengevaluasi suatu produk yang akan dibeli. Konsumen melakukan seleksi dan mengevaluasi suatu produk yang akan mereka beli berdasarkan faktor yaitu harga dan kualitas produk (Suhaily dan Darmoyo, 2017). Kemudian, menurut Suryani (2013), ada dua kategori dalam tujuan pembelian konsumen. Kategori pertama adalah konsumen akhir yang terdiri dari individu dan rumah tangga yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Kategori kedua adalah konsumen organisasi yang terdiri dari organisasi, pemakai industri, pedagang yang melakukan pembelian untuk memperoleh laba atau memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan anggotanya.

Tabel 1, menunjukkan bahwa pada 2016, ada enam perusahaan rokok yang membutuhkan tembakau Pamekasan, Madura. PT. Djarum adalah perusahaan rokok yang melakukan pembelian tembakau Pamekasan, Madura dengan jumlah pembelian paling banyak di dibandingkan dengan perusahaan rokok lainnya. Jumlah pembelian mencapai sembilan ribu ton tembakau. Keputusan pembelian tembakau PT Djarum kepada Bandul (pengepul) berdasarkan harga dan kualitas tembakau (SURYA.co.id, 2016). Tembakau Madura dalam industri rokok memiliki peran sebagai bahan baku racikan Sigaret Kretek, hampir semua rokok Kretek menggunakan tembakau Pamekasan, Madura pada racikan produknya (Akehurst, 1983, dalam Hasan, 2013).

Keputusan pembelian tembakau PT Djarum di kalangan Bandul (pengepul) berdasarkan harga dan kualitas tembakau sangat penting untuk Bandul sehingga untuk mengetahui lebih jauh tentang harga dan kualitas peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian tembakau PT Djarum di kalangan pengepul di Pamekasan, Madura.

## **2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### **Harga**

Purwana dan Hidayat (2016) menyatakan harga adalah sejumlah uang yang diserahkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga sangat penting karena harga merupakan salah satu penyebab laku tidak lakunya suatu produk. Oleh karena itu, penentuan harga yang

**Tabel 1**  
**KEBUTUHAN TEMBAKAU DI PAMEKASAN MADURA**  
**TAHUN 2016 (TON)**

No	Nama Perusahaan	Jumlah Kebutuhan Tembakau
1	PT. Sampoerna	2.000
2	PT. Gudang Garam	4.400
3	PT. Bentoel	4.000
4	PT. Djarum	9.000
5	PT. Nojorono	1.300
6	PT. Sukun	550

Sumber: SURYA.co.id, 2016

---

tidak tepat dapat berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan di pasar. Produsen harus dapat menentukan harga jual yang minimum bagi konsumen. Kleinsteuber dan Sutojo (2007), menyatakan harga adalah sebagai sarana untuk mencapai target jumlah hasil penjualan dan keuntungan jangka pendek dan menengah. Harga, di dalam dunia bisnis, diartikan sebagai jumlah uang tertentu yang diserahkan pembeli kepada penjual untuk memperoleh sejumlah barang atau jasa tertentu.

Paul N. Bloom dan Louise N. Boone dalam Royan (2007), menjelaskan tiga tujuan mengapa dilakukan penetapan harga. Pertama memaksimalkan laba perusahaan. Kedua memperoleh pangsa pasar. Ketiga memperoleh keuntungan dari investasi usaha. Definisi harga secara sempit adalah sebagai sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Definisi harga yang lebih luas adalah sebagai sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa. Harga yang ditimbulkan akibat pertukaran dapat menghasilkan kepuasan maupun ketidakpuasan dari konsumen.

### **Kualitas**

Purwana dan Hidayat (2016) menyatakan kualitas adalah nilai suatu produk yang dapat memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi. Kemudian, harga ditentukan setinggi mungkin karena ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki harga lebih tinggi. Kualitas produk adalah pendorong kepuasan pelanggan sehingga setiap produsen ingin mengejar kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk.

Masen (1974:29) menyatakan sebagian besar pasar penentu utama dalam unit penjualan dan potensi penjualan adalah kualitas produk. Namun, tingkat pengetahuan serta kepastian dalam menilai kualitas suatu produk individu perlu memiliki sampel atau memiliki pengalaman serta pengetahuan yang baik terhadap semua produk yang ditawarkan oleh produsen lainnya dalam kelas produk sama.

### **Keputusan Pembelian**

Kotler dan Armstrong (2016) menyatakan keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana mereka memilih dan membeli barang atau jasa berdasarkan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian membuat konsumen banyak menghabiskan waktunya untuk berpikir mengenai pembelian yang akan mereka lakukan. Misalnya, mereka mempertimbangkan apakah produk yang akan mereka beli tersebut dapat memberikan manfaat atau nilai yang tinggi dan memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian.

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian Suhaily dan Darmoyo (2017), menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Dalam membuat keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan harga produk tersebut. Mereka juga membedakan

harga produk yang akan mereka beli dengan harga produk pesaing. Dengan demikian, mereka dapat mempertimbangkan kembali sebelum melakukan keputusan pembelian. Bahkan, harga merupakan salah satu penyebab laku tidak lakunya suatu produk. Penentuan harga yang tidak tepat dapat berakibat fatal terhadap suatu produk yang di tawarkan di pasar. Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian sekarang sebagai berikut:

Hipotesis 1: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian Edbert, Tumbel dan Tumbuan (2014) menunjukkan bahwa kualitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Konsumen sangat mempertimbangkan dan memperhatikan kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, produsen harus meningkatkan kualitas setiap produknya. Kualitas produk adalah driver kepuasan pelanggan sehingga setiap produsen ingin mengejar kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk. Konsumen ketika sudah merasakan puas terhadap produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali dengan merek produk yang sama. Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian sekarang sebagai berikut:

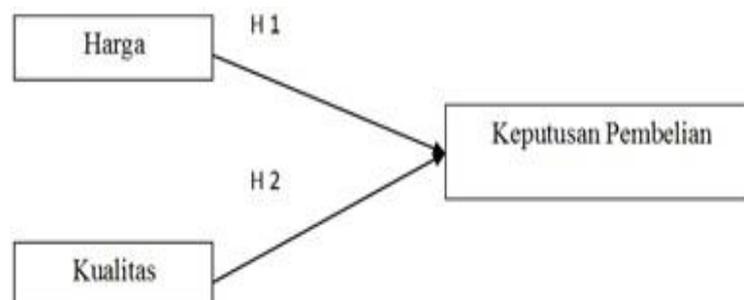
Hipotesis 2: Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat dilihat seperti pada Gambar 1.

**3. METODE PENELITIAN**

**Sampel dan Teknik Pengambilannya**

Penelitian ini mengambil sampelnya dengan menggunakan purposive sampling, yaitu metode penetapan sampel untuk dijadikan responden berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Syofian, 2013). Kriteria-kriteria sampel yang di tentukan oleh peneliti adalah: (1) Bandul (pengepul) tembakau PT Djarum. Bandul melakukan pembelian tembakau kepada petani dan menjualnya kepada PT Djarum. Bandul sebagai subjek karena selaras dengan objek penelitian. Bandul sudah memahami harga dan kualitas tembakau yang diinginkan oleh PT. Djarum, (2) Bandul laki-laki dan perempuan, karena peneliti ingin mengetahui jenis kelamin yang dominan bekerja sebagai Bandul, (3) Menjadi Bandul PT. Djarum selama dua tahun, karena satu tahun pertama masih dalam tahap belajar



**Gambar 1**  
**Rerangka Pemikiran**

mengenal kualitas dan harga tembakau yang ada di Pamekasan, Madura, (4) Berdomisili di Pamekasan, Madura, karena peneliti ingin berfokus pada satu kabupaten, (5) Usia sembilan belas tahun sampai tujuh puluh tahun, karena sebagian besar masyarakat Pamekasan, Madura sudah bekerja pada usia sembilan belas tahun dan sudah tidak bekerja pada usia tujuh puluh tahun keatas. Peneliti memperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria-kriteria di atas sebanyak 70 sampel pada penelitian ini.

**4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistic untuk menguji pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian dengan tujuh puluh sampelnya. Analisis deskriptif adalah kegiatan yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menyimpulkan tanggapan responden terhadap setiap masing-masing indikator variabel dari hasil penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan (Kuncoro, 2013:198). Analisis statistik adalah metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Model pengukuran, model struktural dan menguji hipotesis dengan menggunakan program partial least square (PLS) - Struktur Equation Model (SEM) dan software yang digunakan adalah WarpPLS 6.0. Partial Least Square merupakan metode alternatif dari SEM yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan diantar variabel yang kompleks (Ghozali dan Latan, 2014).

**Analisis Deskriptif**

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kriteria	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	64	91,4
	Perempuan	6	8,6
Jumlah		70	100

Sumber: Data Diolah

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Kriteria	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	19-29 Tahun	8	11,4
	>29-40 Tahun	28	40
	>40-50 Tahun	19	27,1
	>50-60 Tahun	12	17,1
	>60-70 Tahun	3	4,3
Total		70	100

Sumber: Data Diolah

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

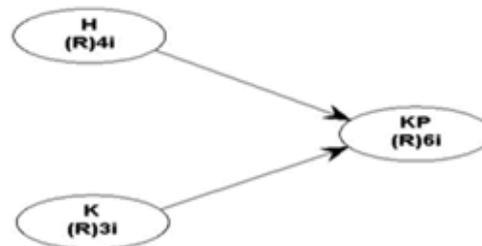
Kriteria	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	1	1,4
	Ibu Rumah Tangga	4	5,7
	Wiraswasta	32	45,7
	Pegawai negri sipil	-	-
	Pegawai Swasta	30	42,9
	Lain-lain	3	4,3
Total		70	100

Sumber: Data Diolah

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Bandul PT.Djarum**

Kriteria	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Lama Menjadi Bandul PT. Djarum	1 Tahun	-	-
	2-5 Tahun	28	40
	6-9 Tahun	30	42,9
	Lain-lain	12	17,1
Total		70	100

Sumber: Data Diolah



**Gambar 2**

*Model Partial Least Squares Structural Equation Modelling*

### Analisis Statistik

Hasil pengolahan data setelah dilakukan pengujian model dengan program warpPLS 6.0 sehingga peneliti dapat menganalisis tingkat validitas dan reliabilitas. Menggunakan ringkasan rule of thumb evaluasi model pengukuran sebagai acuan untuk menentukan tingkat validitas dan reliabilitas dan ringkasan rule of thumb evaluasi model struktural sebagai acuan untuk menentukan tingkat R-square yang sudah tersaji pada Tabel 6 dan 7.

### Hasil Model Pengukuran (outer model)

Uji validitas pada Tabel 8 menunjukkan bahwa hanya terdapat satu indikator dari variabel keputusan pembelian yang tidak memenuhi syarat validitas yaitu pada KP2 karena memiliki nilai loading factor sebesar 0,452. Peneliti tidak melakukan penghapusan terhadap indikator karena memiliki nilai yang hampir mendekati syarat validitas. Hasil data menunjukkan semua indikator pada tiga variabel memenuhi syarat validitas kecuali KP2 sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk tidak menggunakan indikator pada penelitian saat ini.

**Tabel 6**  
**Ringkasan Rele Of Thumb Evaluasi Pengukuran**

Kriteria	Parameter	Rule Of Trumb
Indicator Reliability	Loading Factor	>0,70 untuk confirmatory re- search 0,50-0,70 masih dapat diterima untuk explanatory research
	Cronbach Alpha	>0,60 untuk confirmatory re- search
Internal Consistency Reliability	Composite Reliabil- ity	>0,70 untuk confirmatory re- search 0,60-0,70 masih dapat diterima untuk explanatory research
Convergent Validity	<i>Average Variance Ex- tracted (AVE)</i>	>0,50 untuk confirmatory re- search dn explanatory research
Discriminant Validity	Akar kuadrat AVE	Akar konstruk AVE > korelasi antar konstruk laten

Sumber: Ghozali dan Latan (2014:95)

**Tabel 7**  
**Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural**

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-square</i>	≤ 0,70 ≤ 0,45 dan ≤ 0,25 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah

Sumber: Ghozali dan Latan (2014:95)

**Tabel 8**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Loading factor	P-value	Ket.	Composite reliability	Cronbach alpha	Ket.
KP1	0,555	<0,001	Valid	0,755	0,612	Reliabel
KP2	0,452	<0,001	Tidak Valid			Reliabel
KP3	0,678	<0,001	Valid			Reliabel
KP4	0,673	<0,001	Valid			Reliabel
KP5	0,584	<0,001	Valid			Reliabel
KP6	0,542	<0,001	Valid			Reliabel
H1	0,668	<0,001	Valid	0,776	0,616	Reliabel
H2	0,761	<0,001	Valid			Reliabel
H3	0,678	<0,001	Valid			Reliabel
H4	0,616	<0,001	Valid			Reliabel
K1	0,785	<0,001	Valid	0,832	0,697	Reliabel
K2	0,742	<0,001	Valid			Reliabel
K3	0,840	<0,001	Valid			Reliabel

Sumber: WarPLS diolah

Uji reliabilitas juga pada Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian memiliki nilai composite reliability sebesar 0,755 dan nilai cronbach alpha sebesar 0,612 berarti variabel pada keputusan pembelian reliabel. Variabel harga memiliki nilai composite reliability sebesar 0,776 dan nilai cronbach alpha sebesar 0,616 berarti variabel

pada harga reliabel. Variabel kualitas memiliki nilai composite reliability sebesar 0,832 dan nilai cronbach alpha sebesar 0,697 berarti variabel pada kualitas reliabel. Hasil data di atas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini stabil dan konsisten. Misalnya, hasil pengujian pada *convergent validity* diukur dengan *average variance extracted* (AVE) pada variabel keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,343. Variabel harga memiliki nilai sebesar 0,466 dan variabel kualitas memiliki nilai sebesar 0,624.

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa hanya terdapat satu variabel kualitas yang nilainya memenuhi syarat validitas. Variabel harga tidak memenuhi syarat validitas akan tetapi memiliki nilai yang hampir mendekati. Variabel keputusan pembelian memiliki nilai yang tidak memenuhi syarat validitas sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk tidak menggunakan instrumen keputusan pembelian pada penelitian saat ini. Hasil pengujian pada *discriminant validity* yang diukur dengan akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk secara lengkap sudah tersaji pada Tabel 9.

Tabel 9, menunjukkan bahwa nilai akar konstruk AVE yang lebih besar dari korelasi antar konstruk laten atau yang memenuhi syarat *discriminant validity* hanya terdapat pada dua variabel yaitu harga dan kualitas. Variabel keputusan pembelian pada akar konstruk AVE memiliki nilai yang lebih kecil dari korelasi antar konstruk laten yaitu variabel harga sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk tidak menggunakan instrumen keputusan pembelian pada penelitian saat ini. Hasil pengujian *discriminant validity* dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan pada variabel kualitas dan harga bagus.

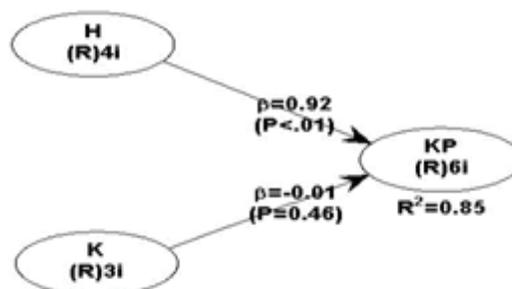
**Hasil Model Struktural (inner model)**

Hasil pengujian R-square menunjukkan nilai R-square dalam menggambarkan hubungan antarvariabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,85. Kemudian, sisanya dijelaskan oleh variabel bebas lainnya

**Tabel 9**  
*Corelations Among I.Vs. With Sq.Rts.Of Aves*

Keterangan	KP	H	K
KP	(0,586)		
H	0,909	(0,683)	
K	-0,072	-0,131	(0,790)

Sumber: WarPLS diolah



Sumber: WarPLS diolah

**Gambar 3**  
**Hasil Estimasi Model**

yang tidak digunakan pada penelitian saat ini. Nilai R-square melebihi nilai maksimal sehingga kemungkinan model mengalami masalah multikolinearitas.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini menguji hipotesis yang sudah dibuat dengan melihat nilai koefisiensi jalur (*path coefficient*) dan signifikansi p-value. Ini juga untuk mengetahui nilai signifikansi dengan melihat nilai p-value  $\leq 0,05$ . Penelitian ini juga untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai koefisien b. Hasil pengujian hipotesis sudah tersaji pada Gambar 3.

Ringkasan tabel *path coefficients* dan *p-value* sesuai dengan gambar 3 yang sudah tersaji pada Tabel 10.

**Hipotesis 1**

Tabel 10 menunjukkan bahwa pada variabel harga untuk H1 diterima dan H0 ditolak. Nilai koefisien  $\beta$  pada variabel harga sebesar 0.92 dan nilai p-value sebesar  $< 0,01$ . Menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Hipotesis 2**

Tabel 01 menunjukkan bahwa variabel kualitas untuk H1 tolak dan H0 diterima. Nilai koefisien  $\beta$  pada variabel kualitas sebesar -0,01 dan nilai p-value sebesar 0,46. Menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian**

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian. Jika harga tembakau makin tinggi maka makin tinggi juga keputusan pembelian. Harga tembakau ditentukan oleh PT Djarum sehingga ketika harga tinggi menandakan bahwa perusahaan sangat membutuhkan tembakau Pamekasan, Madura.

Harga tinggi membuat PT Djarum lebih mudah untuk mendapatkan tembakau dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga pembelian PT Djarum pada tembakau Pamekasan, Madura dapat memenuhi target pembelian dengan waktu yang singkat. Jika harga tembakau makin menurun, maka makin menurun juga keputusan pembelian. Harga yang menurun menandakan bahwa pembelian PT Djarum pada tembakau Pamekasan, Madura hampir memenuhi target sehingga keputusan pembelian semakin menurun. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhaily dan Darmoyo (2017) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 10**  
*Path Coefficiens and P-Value*

Hipotesis	Keterangan	Nilai Koefisien b	P- Value	Hasil Pengujian
H <sub>1</sub>	H--->KP	0,92	<0,01	H <sub>1</sub> Diterima
H <sub>2</sub>	K--->KP	-0,01	0,46	H <sub>1</sub> Ditolak

Sumber: Data Diolah

**Pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian**

Kualitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Menunjukkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang arahnya terbalik dengan keputusan pembelian. Kualitas tembakau menurun maka semakin tinggi keputusan pembelian tembakau akan tetapi hal tersebut tidak pasti. Bahan baku yang paling berpengaruh terhadap hasil produksi rokok adalah rempah-rempah rahasia yang dimiliki oleh setiap perusahaan rokok. kualitas kurang bagus akan tetapi sesuai dengan harga yang dibuat oleh PT Djarum maka keputusan pembelian tetap dilakukan.

Tembakau hanya memiliki pengaruh yang sedikit pada hasil produksi sehingga kualitas yang kurang bagus tidak menjadi pertimbangan yang paling utama dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas yang kurang bagus masih bisa dijadikan bahan baku rokok dimana perusahaan dapat menutupi kualitas tembakau yang kurang bagus tersebut dengan rempah-rempah yang dimilikinya sehingga menghasilkan produk rokok yang tetap berkualitas. Jika kualitas tembakau tinggi maka keputusan pembelian menurun. Namun, hal tersebut tidak pasti.

Kualitas tembakau tinggi akan tetapi jika harga yang ditawarkan oleh produsen melebihi harga yang sudah dibuat oleh PT Djarum maka jumlah pembelian akan menurun. Pertimbangan paling utama dalam melakukan keputusan pembelian bukan pada kualitas akan tetapi lebih kepada kesesuaian harga dan target pembelian. Hasil penelitian ini tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan Edbert, Tumbel dan Tumbuan (2014), Suhaily dan Darmoyo (2017) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN**

Penelitian ini menganalisis variabel-variabel mana yang mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian saat ini adalah harga dan kualitas sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian. Dapat disimpulkan, sebagai berikut : (1) Harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga untuk selanjutnya Bandul harus lebih mempertimbangkan harga tembakau dibandingkan dengan kualitas. Penelitian yang sudah dilakukan memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini untuk meneliti pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian tembakau hanya berlangsung pada November 2018 sampai Januari 2019. Adapun musim tembakau sudah berlangsung pada Juli sampai Agustus 2018 sehingga penelitian yang dilakukan kurang efisien dan efektif. Penelitian hanya menyebarkan kuesioner kepada Bandul yang berdomisili di kabupaten Pamekasan, Madura. Peneliti hanya melakukan penelitian kepada Bandul PT. Djarum saja sehingga hasil yang didapatkan kurang maksimal. Variabel yang diteliti pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Hasil analisis yang sudah dilakukan pada

penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait, (1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak menggunakan variabel kualitas dalam mengukur pengaruh keputusan pembelian tembakau karena dapat dilihat pada bab sebelumnya variabel kualitas mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan. Peneliti disarankan untuk tidak menggunakan instrumen keputusan pembelian KP2 yang digunakan pada penelitian saat ini karena tidak mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria responden dirumuskan dengan menggunakan kriteria pendidikan karena untuk menghindari responden yang tidak mengerti bahasa Indonesia agar peneliti tidak kesulitan untuk menjelaskannya kembali menggunakan bahasa daerah. Kemudian, perlu juga menambah jumlah variabel bebas dan item pernyataan pada kuesioner dari berbagai referensi dan jumlah penyebaran kuesioner disarankan lebih banyak menyeluruh agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan melakukan penelitian pada musim tembakau berlangsung, (2) Bandul tembakau PT Djarum di Pamekasan, Madura disarankan untuk memperhatikan harga tembakau karena PT Djarum mempunyai patokan harga dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian tembakau PT Djarum di kalangan pengepul di Pamekasan, Madura.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Edbert, S., Tumbel, A., & Tumbuhan, W. A, 2014, 'Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado', jurnal EMBA, Vol.2 No.3, Hal. 1035-1044
- Ghozali, I. & Latan, H, 2014, *PARTIAL LEAST SQUARES konsep, metode dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 4.0*, Two Edition. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, .F., 2013, 'Prospek Dan Tantangan Usahatani Tembakau Madura', *Jurnal SEPA*, Vol. 10 No.1, Hal. 63-70
- Kleinstauber, F. H., & Sutojo, S, 2007, *Effective Price Strategy Increase Your Profit*, Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Kuncoro, M., 2013, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G., 2016, *Principles of Marketing*, Sixteen Edition. London: Pearson Education Limited.
- Masen, R. S., 1974, 'Price And Product Quality Assessment', *European Journal of Marketing*, Vol.8 No. 1 (Juli). Hal. 29-41
- Muchsin, 2016, *Hasil Panen Tembakau di Pamekasan Madura akan Diborong Enam, Gudang, Besar, Ini.*(Online).
- (<http://surabaya.tribunnews.com/2016/08/29/hasil-panen-tembakau-di-pamekasan-madura-akan-diborong-enam-gudang-besar-ini>, diakses 22 Oktober 2018)
- Purwana, D., & Hidayat, N., 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Royan, F. M., 2007, *Smart Launching New Product*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Suhaily, L., & Darmoyo, S., 2017, 'Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust', *Jurnal Manajemen*, Vol. 21 No.2 (juni), Hal. 179-194

Suryani, T., 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, One edition, Yogyakarta: Graha ilmu

Syofian, S., 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi perbandingan perhitungan manual dan SPSS*, Jakarta: Kencana.

**Koresponden Penulis**

Penulis 1 dapat dikontak pada e-mail: 2015210735@students.perbanas.ac.id

Penulis 2 dapat dikontak pada e-mail: burhanudin@perbanas.ac.id.