

Analisis Pengaruh Faktor-Faktor yang Menentukan terhadap Keputusan Beli Seng Raket Kalbar

Andry Lindi Lim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Dharma Pontianak

Email : vaynard_northgard@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan peran harga kompetitif mempengaruhi keputusan pembelian Seng Raket Kalbar, menjelaskan peran kualitas produk menjadi faktor keputusan beli, dan menjelaskan peran kinerja pelayanan mempengaruhi keputusan beli. Penulis menggunakan bentuk penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian. Penentuan sampel dilakukan dengan metode multivariate dengan total minimal sebanyak 75 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 114 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga kompetitif, kualitas produk dan kinerja layanan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Analisis Terhadap Keputusan Beli*

Abstract

The purpose of this study is to explain the role of competitive prices in influencing purchasing decisions of Seng Raket Kalbar, to explain the role of product quality as a factor in purchasing decisions, and to explain the role of service performance in influencing purchasing decisions. The author uses a form of quantitative research. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires. The population of this study are consumers who make purchases. Determination of the sample is done by multivariate method with a minimum total of 75 respondents. The number of samples used in the study were 114 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling technique. It can be concluded that there is a significant and positive influence between competitive prices, product quality and service performance on purchasing decisions.

Keywords: *Analysis of Buying Decisions*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti saat ini, tingkat persaingan dalam suatu bisnis sangatlah ketat, setiap perusahaan senantiasa ingin memperluas pangsa pasar dan mendapatkan konsumen baru. Pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak terlepas dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor itulah konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih satu alternatif terbaik yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tersebut. Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk adalah harga yang kompetitif, kualitas produk, dan

kinerja layanan. Untuk mencapai hal tersebut pelaku usaha harus mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan melawan persaingan dengan penetapan harga yang bersaing, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan kinerja layanan.

Seiring dengan meningkatnya kinerja layanan, menyebabkan harapan konsumen semakin meningkat dari waktu ke waktu. Untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen, perusahaan cenderung menggunakan strategi pemasaran yang berbeda-beda yang berorientasi kepada pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang memungkinkan mereka untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu membangun hubungan jangka panjang yang stabil dengan pelanggan merupakan hal penting yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Selain meningkatkan kinerja layanan, peningkatan kualitas produk juga sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen di mana kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk.

Ketika layanan yang diberikan tidak sesuai harapan, pelanggan akan mengeluh mengenai buruknya kinerja layanan dan beralih dari perusahaan. Dalam hal ini berarti suatu perusahaan harus mampu memaksimalkan kinerja pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, karena kinerja pelayanan ini sangat bergantung pada pelanggan yang akan menyampaikan pengalamannya kepada orang lain. Selain ditinjau dari kinerja layanan, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Perusahaan harus memantau harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Perusahaan harus menawarkan produk yang berkualitas dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Perusahaan yang penulis pilih untuk diteliti adalah perusahaan distributor seng dan baja ringan. Penelitian yang dilakukan pada perusahaan ini adalah untuk menganalisis bagaimana penetapan harga kompetitif yang telah ditetapkan, kualitas produk seng yang ditawarkan, dan kinerja layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Seng Raket Kalbar. Masalah dalam penelitian ini adalah pernah terjadinya penurunan penjualan selama tiga tahun yakni tahun 2019-2021. Oleh karena itu, penulis ingin lebih mendalami dan mengetahui apakah ada pengaruh harga kompetitif, kualitas produk, dan kinerja layanan ada keputusan pembelian konsumen terhadap Seng Raket Kalbar.

Gubernur Kalimantan Barat Sutarmidji mengharapkan keberadaan pabrik baja ringan yang beroperasi di Kabupaten Kubu Raya mampu memenuhi kebutuhan bahan bangunan di Kalimantan Barat. "Dengan semakin menipisnya persediaan kayu, baja ringan tentu menjadi alternatif bahan bangunan yang baik untuk saat ini. Saya harap, keberadaan pabrik ini, mampu memenuhi kebutuhan bahan bangunan masyarakat Kalbar," kata Sutarmidji saat menghadiri peluncuran produk seng metal milik pabrik baja ringan PT BLKP di Sungai Raya, Sutarmidji mengatakan, pabrik tersebut menyediakan material bahan bangunan berupa baja ringan dan bahan plafon serta material bangunan lainnya selain kayu. "Dengan kondisi yang ada saat ini, di mana harga kayu menjadi mahal, maka baja ringan menjadi alternatif bahan material yang mulai dilirik masyarakat. Saya rasa masyarakat juga sudah bisa membandingkan harga material yang akan digunakan, berikut ketahanan dan manfaatnya," tuturnya. Untuk itu, dirinya berharap agar perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Kalbar, di mana saat ini geliat pembangunan di berbagai daerah, khususnya Kubu Raya juga sangat tinggi. Di tempat yang sama, Bupati Kubu Raya, Muda Mahendrawan mengapresiasi keberadaan pabrik baja ringan tersebut di Kubu Raya. Dirinya berharap pabrik itu mampu menyerap tenaga kerja lokal, terlebih pihak perusahaan diketahui akan meningkatkan kapasitas produksinya dan akan menambah mesin-mesin baru, sehingga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lokal. "Baja ringan saat ini mulai banyak digunakan oleh masyarakat, tidak hanya itu, untuk proyek

pembangunan gedung pemerintah, sekolah, pusat kesehatan dan perumahan. Terlebih, pabrik ini juga mampu menyediakan baja ringan sesuai dengan spesifikasi bangunan yang dipesan oleh pembelinya," kata Muda. Dirinya juga mengapresiasi penyaluran CSR dari perusahaan tersebut di mana sebagai bupati, Muda berharap perusahaan bisa menyalurkan CSR nya untuk memenuhi material bangunan sosial seperti masjid, sekolah atau tempat ibadah lainnya. Kubu Raya. (Antara Kalbar, 25 Mei 2022)

Perumahan dapat diartikan sebagai kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman. Pemenuhan kebutuhan rumah sebagai salah satu kebutuhan pokok, tidak hanya secara kuantitas saja, melainkan pula dari segi kualitas rumah itu sendiri. Akan tetapi, Pemenuhan kebutuhan rumah/ tempat tinggal untuk setiap individu tidaklah sama, tergantung dengan kondisi ekonomi masing-masing. Mereka yang berpenghasilan tinggi akan dapat mempunyai kesempatan untuk memiliki tempat tinggal dengan kondisi dan kualitas yang baik. Sebaliknya, bagi yang berpenghasilan lebih rendah, atau bahkan rumah tangga miskin, maka akan sulit untuk memenuhi kebutuhan rumah impiannya. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman menyebutkan bahwa rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta aset bagi pemiliknya. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait kualitas dari suatu hunian, seperti kondisi fisik bangunan dan status kepemilikan bangunan rumah. Beberapa komponen fisik rumah yang utama antara lain jenis atap, dinding, dan jenis lantai, serta luas lantai. Adapun status kepemilikan rumah akan berpengaruh pada rasa aman terhadap keberlangsungan hidup penghuninya. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2019 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa masyarakat di Kalimantan Barat sebagian besar sudah memiliki rumah sendiri yaitu sebesar 88,52 persen. Kondisi tersebut terjadi pula di daerah perkotaan maupun di pedesaan, masing-masing 78,82 persen dan 93,71 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase rumah tangga yang menempati bangunan tempat tinggal milik sendiri di daerah pedesaan lebih tinggi dibanding perkotaan. Sebaliknya, bangunan bukan milik sendiri (berupa kontrak/sewa, bebas sewa, dinas, dan lainnya) di daerah perkotaan lebih tinggi dibanding pedesaan. Atap sebagai salah satu komponen fisik bangunan tempat tinggal berfungsi sebagai penutup/pelindung penghuni secara langsung dari cuaca yang tidak diinginkan maupun dari kerusakan yang disebabkan oleh siraman air hujan, terpaan sinar matahari, maupun tiupan angin.

Oleh karena itu, pemilihan jenis material untuk bahan atap juga menjadi hal yang sangat penting, disamping perancangan dan pemasangan struktur atap yang baik dan kokoh. Hasil SUSENAS 2019 menyatakan bahwa Jenis atap genteng/seng/asbes masih menjadi pilihan utama masyarakat Kalimantan Barat dalam membuat rumah. Sekitar 88,00 persen rumah tangga di Kalimantan Barat menggunakan atap yang terbuat dari seng dan sekitar 3,63 persen yang menggunakan atap genteng serta 2,88 persen menggunakan asbes, sisanya menggunakan jenis atap berupa jerami/ijuk/daun-daunan/rumbia dan lainnya (5,49 persen). Komponen lainnya, yaitu dinding, akan dikatakan memenuhi syarat kesehatan jika bersifat tidak lembab dan tidak mudah ditembus oleh angin. Jenis bahan dinding yang kualitasnya paling baik adalah tembok. Sebagian besar rumah tangga di Kalimantan Barat menggunakan jenis dinding tembok sekitar 48,98 persen. Di daerah perkotaan, persentase rumah tangga yang rumahnya ber dinding tembok relatif lebih tinggi dibanding pedesaan. Adapun selain tembok, bahan utama yang sering digunakan rumah tangga pedesaan di Kalimantan Barat selain tembok adalah plester anyaman bambu/ kawat dan bahan kayu. Apabila dilihat berdasarkan jenis lantai yang terluas, sebagian besar rumah tangga di Kalimantan Barat menggunakan lantai yang berasal dari bahan bukan tanah. Lantai yang utama digunakan adalah kayu/papan yaitu sebesar 44,85 persen dan 32,83 persen menggunakan keramik. Jika dilihat dari luas lantai per kapita,

sekitar 78,70 persen rumah tangga telah memiliki luas lebih dari 10 meter persegi per kapita. Luas lantai erat hubungannya dengan tingkat kepadatan hunian untuk setiap anggota rumah tangga. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman Pasal 22 Ayat 3, luas lantai rumah tinggal dan rumah deret memiliki ukuran paling sedikit 36 (tiga puluh enam) meter persegi. Apabila satu bangunan rumah dengan luas lantai ini dihuni oleh 5 orang, maka luas per kapita yang dianjurkan oleh Undang-Undang ini adalah paling tidak sebesar 7,2 meter persegi. Secara umum, dari hasil SUSENAS 2019, air hujan merupakan sumber air minum utama yang dikonsumsi oleh rumah tangga di Kalimantan Barat yaitu sebesar 39,97 persen dan sebesar 19,98 persen sumber utama air minumnya adalah air isi ulang dan air kemasan bermerk. Adapun sumber air utama yang digunakan rumah tangga untuk memasak, mandi, mencuci dan lain-lain di Kalimantan Barat (Perkotaan dan pedesaan) adalah air permukaan dan air hujan, yaitu sebesar 35,89 persen. Di daerah perkotaan, sebagian besar rumah tangga sudah menggunakan air leding untuk memasak, mandi, cuci, dan lain-lain, sedangkan daerah pedesaan sebagian besar masih menggunakan air permukaan dan air hujan. Hal yang tidak kalah penting selanjutnya adalah fasilitas tempat buang air besar. Kriteria fasilitas buang air besar yang layak yaitu yang digunakan sendiri dan bersama. Penggunaan sendiri maksudnya adalah hanya rumah tangga tersebut yang menggunakan, sementara penggunaan bersama adalah hanya digunakan oleh rumah tangga tersebut bersama dengan rumah tangga lain tertentu. Rumah Tangga di Kalimantan Barat sebagian besar memiliki dan penggunaan fasilitas buang air besar sendiri sebanyak 81,02 persen dan masih ada sebanyak 13,34 persen yang tidak ada fasilitas buang air besar. Selain kedua hal di atas, ketersediaan sumber penerangan juga menjadi perhatian penting. Sumber penerangan yang dipergunakan di wilayah Kalimantan Barat sebagian besar telah menggunakan listrik PLN yaitu 85,18 persen, sedangkan listrik non PLN sebesar 9,59 persen. Namun, masih ada sekitar 5,23 persen rumah tangga yang masih menggunakan sumber penerangan utama bukan listrik. Listrik selain sebagai sumber penerangan, juga sebagai sumber tenaga bagi sebagian besar peralatan elektronik rumah tangga saat ini. Oleh karena itu, pemerintah memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan akan listrik bagi warga negaranya. Sudah selayaknya para pemberi pelayanan khususnya layanan terkait perumahan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan pemenuhan kebutuhan perumahan menjangkau seluruh lapisan masyarakat. (Suara Pemred, 25 Agustus 2020).

Tabel 1 Penjualan Seng 2015–2021 (MILIAR Rp)

Tahun	Penjualan Seng	Δ Pertumbuhan (Rp)	Persentase (%)
2017	39	-	-
2018	47	8	20,51
2019	42	-5	-10,64
2020	33	-9	-21,43
2021	32	-1	-3,03

Sumber: Data olahan, 2022

Tabel 2 Luas Kabupaten/Kota Di Kalimantan Barat

No.	Kabupaten Kota	Ibu Kota Kabupaten Kota	Luas	Persentase Terhadap Luas Provinsi
1	Kab. Sambas	Sambas	6.716,52	4,56
2	Kab. Bengkayang	Bengkayang	5.075,48	3,45

3	Kab. Landak	Ngabang	8.915,10	6,05
4	Kab. Pontianak	Mempawah	2.797,88	1,9
5	Kab. Sanggau	Sanggau	12.857,80	8,73
6	Kab. Ketapang	Ketapang	31.240,74	21,21
7	Kab. Sintang	Sintang	21.638,20	14,69
8	Kab. Kapuas Hulu	Puttusbau	29.842,00	20,26
9	Kab. Sekadau	Sekadau	5.444,20	3,7
10	Kab. Melawi	Nanga Pinoh	10.640,80	7,22
11	Kab. Kayong Utara	Sukadana	4.568,26	3,1
12	Kab. Kubu Raya	Sei Raya	6.958,22	4,72
13	Kota Pontianak	Pontianak	107,80	0,07
14	Kota Singkawang	Singkawang	504,00	0,34
Total			147.307,00	100,00

Sumber: Kalimantan Barat dalam angka 2022, Badan Pusat Statistik

Tabel 3 Rumah Tangga Yang Memiliki Akses Terhadap Hunian Yang Layak Dan Terjangkau Menurut Provinsi (%)

Provinsi	Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Akses Terhadap Hunian Yang Layak Dan Terjangkau Menurut Provinsi (Persen)		
	2019	2020	2021
ACEH	57,41	63,21	64,43
SUMATERA UTARA	64,65	67,44	69,48
SUMATERA BARAT	51,42	56,87	56,67
RIAU	62,94	68,44	70,63
JAMBI	54,78	61,41	62,54
SUMATERA SELATAN	52,24	55,25	57,86
BENGKULU	41,73	47,94	51,36
LAMPUNG	52,00	53,22	61,56
KEP. BANGKA BELITUNG	26,16	30,64	27,60
KEP. RIAU	44,09	48,19	50,23
DKI JAKARTA	34,25	33,18	40,00

Provinsi	Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Akses Terhadap Hunian Yang Layak Dan Terjangkau Menurut Provinsi (Persen)		
	2019	2020	2021
JAWA BARAT	49,29	52,28	53,14
JAWA TENGAH	64,69	67,93	66,47
DI YOGYAKARTA	81,61	86,19	85,15
JAWA TIMUR	65,61	68,08	66,93
BANTEN	56,92	56,21	60,78
BALI	77,24	77,05	78,47
NUSA TENGGARA BARAT	56,35	62,53	62,90
NUSA TENGGARA TIMUR	32,08	36,34	40,41
KALIMANTAN BARAT	53,52	58,81	61,17
KALIMANTAN TENGAH	47,90	51,97	55,34
KALIMANTAN SELATAN	46,73	52,99	57,50
KALIMANTAN TIMUR	65,55	70,80	70,70
KALIMANTAN UTARA	60,76	66,73	65,65
SULAWESI UTARA	64,61	69,48	69,50
SULAWESI TENGAH	56,65	58,85	62,70
SULAWESI SELATAN	60,93	64,24	69,11
SULAWESI TENGGARA	59,82	66,77	70,45
GORONTALO	62,26	65,42	67,28
SULAWESI BARAT	47,23	50,65	57,26
MALUKU	51,75	57,50	60,69
MALUKU UTARA	59,03	62,14	63,85
PAPUA BARAT	52,22	55,44	57,90
PAPUA	26,19	28,56	28,92
INDONESIA	56,51	59,54	60,90

Sumber: BPS-RI, Susenas

Provinsi	Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Akses Terhadap Hunian Yang Layak Dan Terjangkau Menurut Provinsi (Persen)		
	2019	2020	2021

Catatan:

Sejak tahun 2019, rumah tangga diklasifikasikan memiliki akses terhadap hunian/rumah layak huni apabila memenuhi 4 (empat) kriteria, yaitu:

- 1) kecukupan luas tempat tinggal minimal 7,2 m² per kapita (sufficient living space)
- 2) memiliki akses terhadap air minum layak
- 3) memiliki akses terhadap sanitasi layak
- 4) ketahanan bangunan (durable housing), yaitu atap terluas berupa beton/ genteng/ seng/ kayu/ sirap; dinding terluas berupa tembok/ plesteran anyaman bambu/kawat, kayu/papan dan batang kayu; dan lantai terluas berupa marmer/ granit/ keramik/ parket/vinil/karpet/ ubin/tegel/teraso/ kayu/papan/ semen/bata merah.

Berdasarkan pendahuluan, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Analisis Pengaruh Faktor-faktor yang Menentukan Terhadap Keputusan Beli Seng Raket Kalbar”.

METODE

Menurut (Sugiyono: 2016): Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kausalitas yang merupakan penelitian yang mencari hubungan sebab akibat. (Ferdinand: 2014). Peneliti ingin menganalisis pengaruh harga kompetitif, kualitas produk, dan kinerja layanan ada keputusan pembelian konsumen terhadap Seng Raket Kalbar.. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif yaitu jenis metode penelitian yang dilakukan secara sistematis, terstruktur dan terperinci. Metode ini fokus pada penggunaan angka, tabel, grafik dan diagram dalam menampilkan hasil data dengan tujuan untuk menguji seberapa besar hubungan variabel harga kompetitif, kualitas produk dan kinerja layanan terhadap keputusan beli. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari yang melakukan pembelian berupa produk seng Merk Raket Kalbar. Penentuan sampel menggunakan teknik multivariate dengan hasil jumlah minimal sampel yang diambil sebesar 75 sampel atau responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 114 responden yang diharapkan bisa mewakili karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan kesempatan atau peluang yang tidak sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih sebagai sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.

Tabel 4 Definisi Variabel Dan Indikator

Variabel	Definisi Teori	Indikator	Sumber
Harga Kompetitif	Penetapan harga yang menyesuaikan dengan daya beli konsumen dan daya saing para pesaingnya akan menentukan maksud konsumen dalam membeli suatu produk.	Harga yang sesuai dengan kualitas. Harga murah Potongan harga	(Reven: 2017)
Kualitas Produk	Karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.	Bahan Baku Keandalan produk Daya tahan produk	(Dennisa: 2016)
Kinerja Layanan	Sebuah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.	Kemudahan. Kesesuaian Waktu Sikap	(Cronin & Taylor: 1992)
Keputusan Beli Produk	Keputusan akhir konsumen dalam membeli produk yang terbentuk dari serangkaian tahap aktivitas perilaku pra-pembelian.	Kebutuhan membeli produk Memberikan rekomendasi Mengevaluasi produk Melakukan pembelian ulang	(Cronin & Taylor: 1992)

Sumber: Data olahan, 2022

Menurut (Sugiyono: 2017): Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis data kualitatif. (Chang: 2014): "Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjawab pertanyaan "mengapa"? suatu uraian deskriptif diperlukan dalam melukiskan suatu kenyataan secara argumentatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel harga kompetitif, kualitas produk, dan kinerja layanan terhadap keputusan beli. Perhitungan variabel harga kompetitif, kualitas produk, dan kinerja layanan terhadap keputusan beli dilakukan dengan cara menentukan terlebih dahulu lebar skor interval, dengan menghitung setia skor tertinggi sepuluh dan skor terendah yaitu satu dari setiap pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Analisis Jawaban Responden

	Indikator	Bobot Jawaban	Indeks Jawaban (%)	Rata-rata
Harga Kompetitif (X_1)				
1.	Harga yang sesuai dengan kualitas	915	8,03	6,81
2.	Harga murah	697	6,11	
3.	Potongan harga	718	6,30	
Kesimpulan: Rata-rata responden memberikan persepsi yang netral untuk harga kompetitif.				
Kualitas Produk (X_2)				

	Indikator	Bobot Jawaban	Indeks Jawaban (%)	Rata-rata
1.	Bahan baku	922	8,09	7,33
2.	Daya tahan Produk	904	7,93	
3.	Keandalan Produk	768	6,74	
		749	6,57	
Kesimpulan: Rata-rata responden memberikan persepsi yang tinggi untuk kualitas produk.				
Kinerja Layanan (X ₃)				
1	Kemudahan	901	7,90	7,92
2	Kesesuaian	910	7,98	
3	Waktu	897	7,87	
4	Sikap	905	7,94	
Kesimpulan: Rata-rata responden memberikan persepsi yang tinggi untuk kinerja layanan.				
Keputusan Beli (Y)				
1	Kebutuhan membeli produk	878	7,70	7,19
2	Memberikan rekomendasi	863	7,57	
3	Mengevaluasi produk	796	6,98	
4	Melakukan pembelian ulang	797	6,79	
Kesimpulan: Rata-rata responden memberikan persepsi yang tinggi untuk keputusan beli.				

Sumber: Data Olahan, 2022

Sebagian besar responden menyatakan bahwa harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, maka para pelaku usaha harus selalu mencari informasi tentang apa kebutuhan pelanggannya. Hampir semua responden setuju bahwa dengan menetapkan harga yang lebih rendah dari pesaing dapat meningkatkan keputusan pembelian, sehingga mereka dapat segera merancang strategi pemasaran yang update dalam mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Para responden setuju bahwa potongan harga merupakan faktor penting, maka akan sangat membantu para pelaku usaha untuk lebih mengetahui kondisi pasar. sebagian responden menyatakan bahwa bahan baku produk yang berkualitas menjadi faktor pemilihan produk, maka perusahaan hendaknya selalu memperhatikan bahan baku produksi yang akan digunakan. Hampir semua responden setuju bahwa dengan meningkatkan daya tahan produk akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka penting bagi pelaku usaha untuk selalu menjaga kualitas dan daya tahan produk yang ditawarkan, selain itu para responden setuju bahwa variasi pilihan produk merupakan hal yang mempengaruhi tingkat ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, sehingga mereka dapat memperhatikan banyaknya pilihan produk yang dapat ditawarkan.

Responden setuju bahwa kemudahan untuk mendapatkan informasi produk merupakan hal yang mempengaruhi minat beli, maka penting bagi pelaku usaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan memberikan respon yang baik dan cepat dalam pemenuhan kebutuhannya. Hampir semua responden setuju bahwa kesesuaian hasil produksi sangat mempengaruhi kepuasan mereka terhadap pelaku usaha, oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan kesesuaian produksi terhadap permintaan konsumen. Responden setuju bahwa informasi yang lengkap menjadi kebutuhan konsumen dalam pengambilan keputusan beli, maka hendaknya pelaku usaha mampu memberikan informasi mengenai produk yang jelas. Hampir semua responden setuju bahwa penawaran produk yang menarik dapat memberikan kesan positif terhadap perusahaan, maka

pelaku usaha harus mampu memberikan sebuah penawaran yang dapat mempertahankan maupun mendapatkan konsumen baru.

Tabel 6 Hasil Uji Statistik

Uji Validitas				
X _{1.1} =	0,584	X _{2.1} =	0,609	X _{3.1} = 0,725 Y _{1.1} = 0,650
X _{1.2} =	0,869	X _{2.2} =	0,598	X _{3.2} = 0,795 Y _{1.2} = 0,806
X _{1.3} =	0,844	X _{2.3} =	0,898	X _{3.3} = 0,839 Y _{1.3} = 0,835
		X _{2.4} =	0,886	X _{3.4} = 0,827 Y _{1.4} = 0,887
Uji Reliabilitas				
X ₁ =	0,665	X ₂ =	0,755	X ₃ = 0,808 Y = 0.809
Uji Normalitas				
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test				0,200
Uji Heteroskedastisitas				
X ₁ =	1,121	X ₂ =	0,470	X ₃ = 0,116
Uji Multikolinearitas				
Nilai Tolerance	X ₁ , X ₂ , X ₃		0,612 ; 0,637 ; 0,669	
Vif	X ₁ , X ₂ , X ₃		1,634 ; 1,571 ; 1,494	
Uji Koefisien Determinasi (R ²)			R Square	0.560 (46%)
Uji Regresi Linear Berganda				
X ₁ =	0,211	X ₂ =	-0,0105	X ₃ = 0,083
Uji F				
F hitung				5,213
Tingkat Signifikan				0,002
Uji t				
Uji t	X ₁ =	3,896	X ₂ =	2,232 X ₃ = 5,235
Sig	X ₁ =	0,000	X ₂ =	0.028 X ₃ = 0,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Hasil uji validitas dan reliabilitas sudah sesuai dengan ketentuan di mana nilai signifikansi < 0,05. Kemudian hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari 3 uji yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, yang sudah sesuai dengan ketentuan. Serta pada uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji F, uji t sudah sesuai dengan ketentuan masing-masing uji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga kompetitif, kinerja layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan, konsumen akan merasa aman dan tidak ragu untuk membeli produk tersebut jika harga produk kompetitif, kualitas produk yang baik, serta memiliki kinerja yang baik.

Analisis Pengaruh Faktor-faktor yang Menentukan Terhadap Keputusan Beli Seng Raket Kalbar

Tabel 7 Indikator Dan Total Responden Orang

Indikator	Simbol	Bobot Nilai										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Harga Kompetitif												
Harga yang sesuai dengan kualitas	X1.1	0	0	0	0	0	0	16	83	11	4	114
Harga murah	X1.2	0	0	0	0	34	45	25	8	2	0	114
Potongan harga	X1.3	0	0	0	0	27	47	26	8	5	1	114
Kualitas Produk												
Bahan baku	X2.1	0	0	0	0	0	0	17	76	15	6	114
Keandalan produk	X2.2	0	0	0	0	0	1	24	72	16	1	114
Pilihan produk	X2.3	0	0	0	0	10	47	37	10	3	7	114
Daya tahan produk	X2.4	0	0	0	0	12	53	32	9	5	3	114
Kinerja Layanan												
Kemudahan	X3.1	0	0	0	0	1	2	25	68	15	3	114
Kesesuaian	X3.2	0	0	0	0	0	0	31	63	11	9	114
Waktu	X3.2	0	0	0	0	0	0	43	50	14	7	114
Sikap	X3.3	0	0	0	0	0	0	32	62	15	5	114
Keputusan Beli Produk												
Kebutuhan membeli produk	X4.1	0	0	0	0	0	3	44	54	10	3	114
Memberikan rekomendasi	X4.2	0	0	0	0	1	3	60	34	12	4	114
Mengevaluasi produk	X4.3	0	0	0	0	8	28	49	21	3	5	114
Melakukan pembelian ulang	X4.4	0	0	0	0	6	30	56	10	5	7	114

Sumber: Data olahan, 2022

Tabel 8 Indikator Dan Total Responden Bobot Jawaban

Indikator	Simbol	Bobot Nilai										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Harga Kompetitif												
Harga yang sesuai dengan kualitas	X1.1	0	0	0	0	0	0	112	664	99	40	915
Harga murah	X1.2	0	0	0	0	170	270	175	64	18	0	697
Potongan harga	X1.3	0	0	0	0	135	282	182	64	45	10	718
Kualitas Produk												
Bahan baku	X2.1	0	0	0	0	0	0	119	608	135	60	922
Keandalan produk	X2.2	0	0	0	0	0	6	168	576	144	10	904
Pilihan produk	X2.3	0	0	0	0	50	282	259	80	27	70	768
Daya tahan produk	X2.4	0	0	0	0	60	318	224	72	45	30	749
Kinerja Layanan												
Kemudahan	X3.1	0	0	0	0	5	12	175	544	135	30	901
Kesesuaian	X3.2	0	0	0	0	0	0	217	504	99	90	910
Waktu	X3.2	0	0	0	0	0	0	301	400	126	70	897
Sikap	X3.3	0	0	0	0	0	0	224	496	135	50	905

Indikator	Simbol	Bobot				Nilai					Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
Keputusan Beli Produk												
Kebutuhan membeli produk	X4.1	0	0	0	0	0	18	308	432	90	30	878
Memberikan rekomendasi	X4.2	0	0	0	0	5	18	420	272	108	40	863
Mengevaluasi produk	X4.3	0	0	0	0	40	168	343	168	27	50	796
Melakukan pembelian ulang	X4.4	0	0	0	0	30	180	392	80	45	70	797

Sumber: Data olahan, 2022

**Tabel 9 Indikator Dan Total Responden
Indeks Jawaban Persentase**

Indikator	Simbol	Bobot				Nilai					Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
Harga Kompetitif												
Harga yang sesuai dengan kualitas	X1.1	0	0	0	0	0	0	14,04	72,81	9,65	3,51	8,03
Harga murah	X1.2	0	0	0	0	29,82	39,47	21,93	7,02	1,75	0	6,11
Potongan harga	X1.3	0	0	0	0	23,68	41,23	22,81	7,02	4,39	0,88	6,30
Kualitas Produk												
Bahan baku	X2.1	0	0	0	0	0	0	14,91	66,67	13,16	5,26	8,09
Keandalan produk	X2.2	0	0	0	0	0	0,88	21,05	63,16	14,04	0,88	7,93
Pilihan produk	X2.3	0	0	0	0	8,77	41,23	32,46	8,77	2,63	6,14	6,74
Daya tahan produk	X2.4	0	0	0	0	10,53	46,49	28,07	7,89	4,39	2,63	6,57
Kinerja Layanan												
Kemudahan	X3.1	0	0	0	0	0,88	1,75	21,93	59,65	13,16	2,63	7,90
Kesesuaian	X3.2	0	0	0	0	0	0	27,19	55,26	9,65	7,89	7,98
Waktu	X3.2	0	0	0	0	0	0	37,72	43,86	12,28	6,14	7,87
Sikap	X3.3	0	0	0	0	0	0	28,07	54,39	13,16	4,39	7,94
Keputusan Beli Produk												
Kebutuhan membeli produk	X4.1	0	0	0	0	0	2,63	38,60	47,37	8,77	2,63	7,70
Memberikan rekomendasi	X4.2	0	0	0	0	0,88	2,63	52,63	29,82	10,53	3,51	7,57
Mengevaluasi produk	X4.3	0	0	0	0	7,02	24,56	42,98	18,42	2,63	4,39	6,98
Melakukan pembelian ulang	X4.4	0	0	0	0	5,26	26,32	49,12	8,77	4,39	6,14	6,79

Sumber: Data olahan, 2022

Indeks jawaban rata-rata: Harga Kompetitif = 6,81, Kualitas Produk = 7,33, Kinerja Layanan = 7,92, dan Keputusan Beli = 7,19.

Bukti SPSS

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 10 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	R hitung	Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Hasil
Harga Kompetitif			>0,60	
Pernyataan 1	0,584	0,665		Valid & Reliabel
Pernyataan 2	0,869	0,665		Valid & Reliabel
Pernyataan 3	0,844	0,665		Valid & Reliabel
Kualitas Produk			>0,60	
Pernyataan 1	0,609	0,755		Valid & Reliabel
Pernyataan 2	0,598	0,755		Valid & Reliabel
Pernyataan 3	0,898	0,755		Valid & Reliabel
Pernyataan 4	0,886	0,755		Valid & Reliabel
Kinerja Layanan			>0,60	
Pernyataan 1	0,725	0,808		Valid & Reliabel
Pernyataan 2	0,795	0,808		Valid & Reliabel
Pernyataan 3	0,839	0,808		Valid & Reliabel
Pernyataan 4	0,827	0,808		Valid & Reliabel
Keputusan Beli			>0,60	
Pernyataan 1	0,650	0,809		Valid & Reliabel
Pernyataan 2	0,806	0,809		Valid & Reliabel
Pernyataan 3	0,835	0,809		Valid & Reliabel
Pernyataan 4	0,887	0,809		Valid & Reliabel

Sumber: Data olahan, 2022

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 11 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09009114
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,046
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d

Sumber: Data olahan 2022

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1,655	2,668		-,620	,536		
X1_Total	,465	,119	,315	3,896	,000	,612	1,634
X2_Total	,194	,087	,177	2,233	,028	,637	1,571
X3_Total	,495	,095	,405	5,235	,000	,669	1,494

Sumber: Data olahan, 2022

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		X1_Total	X2_Total	X3_Total	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	X1_Total	Correlation Coefficient	1,000	,377**	,404**	-,146
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,121
		N	114	114	114	114
	X2_Total	Correlation Coefficient	,377**	1,000	,271**	-,068
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,004	,470
		N	114	114	114	114
	X3_Total	Correlation Coefficient	,404**	,271**	1,000	-,148
		Sig. (2-tailed)	,000	,004	.	,116
		N	114	114	114	114

		X1_Tota I	X2_Tota I	X3_Tota I	Unstandardize d Residual
	N	114	114	114	114
Unstandardize d Residual	Correlatio n Coefficien t	-,146	-,068	-,148	1,000
	Sig. (2- tailed)	,121	,470	,116	.
	N	114	114	114	114

Sumber: Data olahan, 2022

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2,276	1,609		- 1,415	,160		
1 X1_Total	,211	,072	,335	2,935	,004	,612	1,634
X2_Total	-,105	,053	-,223	- 1,994	,049	,637	1,571
X3_Total	,083	,057	,158	1,449	,150	,669	1,494

Sumber: Data olahan, 2022

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 ^a	,560	,548	2,118

Sumber: Data olahan, 2022

1) Uji F

Tabel 16 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	25,525	3	8,508	5,213	,002 ^b
Residual	179,523	110	1,632		
Total	205,048	113			

Sumber: Data olahan, 2022

2) Uji t

Tabel 17 Kesimpulan Hasil Hipotesis

Hipotesis	Alpha	Sig.	Keterangan
H1: Harga kompetitif	0,05	0,000	H1: Diterima. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penetapan harga kompetitif memiliki pengaruh positif yang

terhadap keputusan beli			signifikan terhadap keputusan beli
H2 : Kualitas produk terhadap keputusan beli	0,05	0,028	H2: Diterima. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi keputusan beli dan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan beli
H3 : Kinerja Layanan terhadap keputusan beli	0,05	0,000	H3: Diterima. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semakin baik kinerja pelayanan mempengaruhi keputusan beli dan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kinerja layanan terhadap keputusan beli

Sumber: Data olahan, 2022

SIMPULAN

Variabel harga kompetitif, kinerja layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli. Dengan menetapkan harga yang kompetitif, menjaga kualitas produk dan menghasilkan kinerja layanan yang baik dapat memberikan rasa nyaman dan keyakinan bagi konsumen dan memutuskan untuk membeli produk. Koefisien R Square menunjukkan bahwa harga kompetitif, kualitas produk, dan kinerja layanan memiliki kemampuan yang besar untuk melakukan keputusan beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2013.
- BPS-RI, Susenas, 2021
- Badan Pusat Statistik, Kalimantan Barat Dalam Angka, 2022.
- Cronin, J. J. Jr. and Taylor, S. A., "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp. 55-68, 1992.
- Chang, William. Metodologi Penelitian Ilmiah. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Dennisa, A E. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang), *Journal Of Management*, 5(3), 1-13, 2016.
- Ferdinand, A. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang, 2014.
- <https://mempawahkab.bps.go.id/indicator/29/61/1/persentase-jenis-atap-rumah-terluas-seng-provinsi-kalbar.html>
- <https://www.bps.go.id/indicator/29/1241/1/persentase-rumah-tangga-yang-memiliki-akses-terhadap-hunian-yang-layak-dan-terjangkau-menurut-provinsi.html>
- <https://www.suarapemredkalbar.com/read/opini/25082020/karakteristik-perumahan-di-kalimantan-barat>
- <https://kalbar.antaranews.com/berita/513717/sutarmidji-minta-pt-blkp-penuhi-kebutuhan-baja-ringan-di-kalbar>
- <https://perkim.id/profil-pkp/profil-perumahan-dan-kawasan-permukiman-provinsi-kalimantan-barat/>
- Kotler. P., & Armstrong, G. Marketing an Introducing, Global Edition, 12th Edition, Pearson Education, 2015.
- Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler. P., & Keller, K. L. Marketing Management. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited, 2016.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Reven, Daniel. Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif dan Citra Merek

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1-13, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sunyoto, D. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tjiptono, F. *Instrumen atau Dimensi Kualitas Produk*. Diakses dari https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/en/article/896-manajemen-kinerja_pengertian-tujuan-manfaat-dan-syarat-syaratnya, 04 Oktober 2021, 2016.
- Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta, 2014.