

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L.) Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja pada Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

Maria Anastasia Sabu Belo*¹, Gabriel Otan Apelabi², Fiator Nong³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Nipa

*Email: bbeloo017@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 30 Maret 2021

Direvisi: 28 April 2021

Dipublikasikan: April 2021

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.4732458

Abstract:

The purpose of this study was to determine the influence of price and product quality on purchasing decisions on Organic Shallots. Data obtained from distributing questionnaires to 30 respondents as a sample using a Likert scale. The data were processed and analyzed using multiple linear regression. The R2 test result is 0.602 or 60.2%, meaning that the purchasing decision variable is explained by the trust and quality variable by 60.2%. The results of the F test show that f count 20.458, > f table 2.52, thus simultaneously the price and product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions on buyers of Organic shallots. While the t test results showed a significant effect of price on purchasing decisions as evidenced by t count 2.347 > t table 1.690, a significant effect of quality on purchasing decisions on buyers of organic shallots as evidenced by t count 6.004 > t table 1.690. Then the regression equation obtained $Y = 196.979 + 2.658 + 6.004$. This means that the constant value is 196.979, this indicates that if the price and quality of the product are ignored, the purchase decision for the buyer of shallots is 196.979. The regression coefficient of the price variable is -2.658, meaning that every 1 unit price increase, an increase in purchasing decisions for organic shallot buyers will be followed by -2.658. The regression coefficient for the product quality variable is 0.422, meaning that for every 1 unit quality increase, an increase in purchasing decisions for organic shallot buyers will be followed by 6.004. The results of this study are that the price and product quality have a significant effect on purchasing decisions on organic shallot buyers in the practical gardens of the Faculty of Agriculture, Nusa Nipa University of Indonesia, Sikka Regency.

Keywords: Product Quality, shallots, consumers

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris, dimana sektor pertanian memegang

peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya penduduk

yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian, dimana produksi pertanian berpengaruh terhadap pendapatan petani atau harga yang diterima petani pada saat panen raya, dimana hasil pertanian berlimpah, harga pertanian rendah, sebaliknya pada saat paceklik harga pertanian tinggi (Wahyudi, 2008).

Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar. Selain itu komoditas hortikultura memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, serta potensi serapan pasar didalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Pasokan produk hortikultura nasional di arahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam negeri, baik melalui pasar tradisonal, pasar modern, maupun pasar luar negeri atau ekspor (Ditjen Hortikultura, 2011).

Perekonomian Indonesia dalam era seperti saat ini mengandalkan pada sektor pertanian yang mampu mendukung sektor industri. Secara lebih spesifik perekonomian Indonesia akan dicirikan oleh industri yang maju dengan didukung oleh sektor pertanian yang tangguh. Sektor pertanian mempunyai peranan penting yang dapat dilihat secara langsung ataupun tidak langsung dalam membangun perekonomian Indonesia.

Sektor pertanian secara langsung memiliki peranan yaitu pembentukan produk domestik bruto (PDB), pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, penciptaan ketahanan pangan, perolehan devisa melalui ekspor hasil pertanian, pengendalian inflasi, dan menjaga laju pertumbuhan nasional. Sektor pertanian secara tidak langsung berperan dalam penciptaan iklim ekonomi makro yang berpengaruh terhadap tingkat inflasi yang semakin besar melalui dinamika harga pangan, mendukung proses pembangunan industri hulu melalui penyediaan sarana

produksi pertanian, penyediaan bahan baku, dan berperan dalam pembangunan industri hilir melalui proses pengolahan bahan pangan dan non-pangan beserta produk-produk pertanian yang berkualitas, serta pengembangan dalam sistem pemasarannya.

Pemasaran merupakan salah satu subsistem yang terpenting dalam agribisnis. Kegiatan pemasaran ini pada umumnya berpengaruh terhadap pendapatan petani, karena terkait dengan tingkat harga yang diterima petani. Pemasaran yang efisien, berbentuk pasar yang kurang bersaing, rantai pemasaran yang terlalu panjang, sarana dan prasarana transportasi yang kurang memadai, sistem kelembagaan pemasaran yang tidak sehat merupakan masalah-masalah pemasaran yang pada umumnya akan berpengaruh terhadap tingkat harga yang diterima oleh petani .

Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar. Selain itu komoditas hortikultura memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, serta potensi serapan pasar didalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Pasokan produk hortikultura nasional di arahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam negeri, baik melalui pasar tradisonal, pasar modern, maupun pasar luar negeri atau ekspor (Ditjen Hortikultura, 2011).

Di Indonesia salah satu daerah penghasil tanaman hortikultura adalah Nusa Tenggara Timur. Tanaman hortikultura yang banyak dibudidayakan dan dimanfaatkan dalam keseharian masyarakat adalah tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura telah memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan tingkat perekonomian para petani.

Kabupaten Sikka merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Nusa Tenggara

Timur yang memiliki potensi cukup besar dalam bidang hortikultura. Salah satu produk tanaman hortikultura yang banyak diusahakan oleh petani adalah bawang merah. Luas tanam bawang merah masih minim sehingga bawang merah masih di datangkan dari Bima dan Sulawesi untuk memenuhi konsumsi masyarakat. Saat ini luas tanam bawang merah di kabupaten Sikka seluas 45 hektare.

Bawang merah merupakan jenis komoditi hortikultura yang mempunyai umur panen yang relatif pendek sehingga cepat dipanen dan hasil produksi bawang merah dapat terserap di pasar karena merupakan salah satu komponen susunan menu keluarga yang tidak dapat ditinggalkan.

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) merupakan salah satu rempah multiguna dan didayagunakan sebagai pelengkap bumbu masak sehari-hari (Samadi, 2005). Bawang merah selalu dibutuhkan oleh masyarakat sebagai pelengkap bumbu masak sehari-hari dan disukai karena bau dan rasanya yang khas. Walaupun bawang merah diperlukan dalam jumlah sedikit, namun karena setiap orang menggemarnya dan hampir setiap masakan diberikan bawang merah, maka bawang memegang peranan penting dalam perdagangan. Pada musim panen harga bawang merah relatif murah.

Jenis bawang merah yang dihasilkan dan dibudidayakan di Indonesia beragam. Diantaranya bawang merah Medan, bawang merah Bima Brebes, bawang merah Keling, bawang merah Maja Cipanas, bawang merah Sumenep, bawang merah Ampenan, bawang merah Timor, bawang merah Kuning, bawang merah Banteng, bawang merah Lampung, bawang merah Tuk-Tuk, bawang merah impor dan bawang merah lokal. Dilihat dari jenis bawang, setiap jenis bawang merah yang berbeda akan menghasilkan karakteristik bawang merah goreng yang berbeda (Wibowo, 1991). baliknya pada waktu di luar musim panen harganya cukup tinggi. Apabila bawang merah setelah panen

dibiarkan lama, maka bawang merah akan mengalami perubahan-perubahan akibat proses-proses fisiologi, biologi, fisiko-kimia, dan mikrobiologi (Hartuti, 1996).

Kebun praktek fakultas pertanian sebagai salah satu lembaga pendidikan dan pelatihan yang berada di Kecamatan Alok Kabupaten Sikka, mempunyai potensi yang strategis untuk usahatani bawang merah karena bawang merah merupakan salah satu jenis rempah yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Konsumennya mulai dari golongan masyarakat kelas bawah hingga masyarakat kelas atas.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Lupiyoadi, (2008: 100) menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku pada harga yang rendah.

Harga yang ditawarkan oleh kebun praktek fakultas pertanian sangat beragam sesuai dengan kualitas dari produk bawang merah. Kebun praktek menawarkan produk bawang merah dengan harga yang murah, semua ditawarkan dengan kualitas produk yang baik. Namun harga yang ditetapkan atau ditawarkan oleh kebun praktek dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dapat dikatakan harga yang ditawarkan oleh kebun praktek fakultas pertanian jauh lebih murah dibandingkan dengan penjualan lainnya.

Namun pada dasarnya, konsumen akan membeli produk bawang merah yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat dan kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-

produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Kebun praktek fakultas pertanian berusaha melayani kebutuhan konsumen dengan produk yang ditawarkan oleh kebun praktek sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan berbagai pilihan.

Kualitas produk dari Kebun Praktek Fakultas Pertanian tidak kalah baik dengan produk dari tempat lain yang ada. Karena kebun praktek selalu mengutamakan kualitas dari setiap produknya demi kepuasan para pelanggan. Kebun Praktek Sangat menjaga kualitas produknya pada setiap produk yang ditawarkan yaitu seperti produk terung, sawi, semangka, mentimun, cabe, dan tomat. Karena dengan menjaga kualitas produk tersebut maka pelanggan tidak akan beralih ke tempat lain dan tetap menggunakan produk dari Kebun Praktek Fakultas Pertanian. Tidak heran jika konsumen merasa puas dengan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan oleh kebun praktek. Kebun praktek fakultas pertanian menurut saya harga produk bawang harganya murah dan jenis produknya aman untuk di konsumsi karena bebas dari bahan pestisida.

METODE

Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penulis menggunakan jenis data kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia Jalan Litbang, No telp.(0382) 2400454. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Oktober – 4 Desember 2020.

Metode Analisis Data

Metode Wawancara

Merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para

responden. Wawancara dilakukan terhadap konsumen bawang merah.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan. Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui data tentang jumlah konsumen bawang merah yang akan digunakan sebagai responden dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana dalam keseluruhan variabel penelitian memuat 67 pernyataan yang harus dijawab 30 responden, untuk menguji masing-masing indikator Harga, kualitas produk dan keputusan pembelian valid atau tidak. maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui rumus df (*degree of freedom*) = $n - 2$ ($30 - 2 = 28$) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), sehingga r - tabel dari seluruh variabel sebesar 0,361 Selanjutnya butir-butir pernyataan dalam penelitian ini dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 1. Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS

Variabel	No Item	Pearson Correlation	r Tabel	Kriteria
X1 Variabel Harga	1	0,525	0,361	Valid
	2	0,700	0,361	Valid
	3	0,599	0,361	Valid
	4	0,563	0,361	Valid
	5	0,652	0,361	Valid
	6	0,711	0,361	Valid
	7	0,816	0,361	Valid

	8	0,673	0,361	Valid
	9	0,749	0,361	Valid
	10	0,741	0,361	Valid
	11	0,794	0,361	Valid
	12	0,576	0,361	Valid
	13	0,576	0,361	Valid
	14	0,588	0,361	Valid
	15	0,648	0,361	Valid
	16	0,675	0,361	Valid
X2 Variabel Kualitas Produk	1	0,448	0,361	Valid
	2	0,536	0,361	Valid
	3	0,511	0,361	Valid
	4	0,697	0,361	Valid
	5	0,455	0,361	Valid
	6	0,614	0,361	Valid
	7	0,614	0,361	Valid
	8	0,722	0,361	Valid
	9	0,480	0,361	Valid
	10	0,722	0,361	Valid
	11	0,624	0,361	Valid
	12	0,770	0,361	Valid
	13	0,833	0,361	Valid
	14	0,833	0,361	Valid
	15	0,789	0,361	Valid
	17	0,789	0,361	Valid
	18	0,789	0,361	Valid
	19	0,859	0,361	Valid

	20	0,614	0,361	Valid
	21	0,614	0,361	Valid
	22	0,722	0,361	Valid
	23	0,480	0,361	Valid
	24	0,722	0,361	Valid
	25	0,624	0,361	Valid
	26	0,770	0,361	Valid
	27	0,833	0,361	Valid
	28	0,833	0,361	Valid
	29	0,506	0,361	Valid
	30	0,640	0,361	Valid
	31	0,640	0,361	Valid
Y Variabel Keputusan Pembelian	1	0,764	0,361	Valid
	2	0,756	0,361	Valid
	3	0,743	0,361	Valid
	4	0,666	0,361	Valid
	5	0,774	0,361	Valid
	6	0,591	0,361	Valid
	7	0,786	0,361	Valid
	8	0,628	0,361	Valid
	9	0,614	0,361	Valid
	10	0,662	0,361	Valid
	11	0,614	0,361	Valid
	12	0,765	0,361	Valid
	13	0,743	0,361	Valid
	14	0,743	0,361	Valid
	15	0,679	0,361	Valid

	16	0,679	0,3 61	Valid
	17	0,755	0,3 61	Valid
	18	0,708	0,3 61	Valid
	19	0,708	0,3 61	Valid
	20	0,708	0,3 61	Valid

Keterangan:

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dasar pengambilan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$.

$r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$.

$r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$ maka item pertanyaan dikatakan valid.

Uji reliabilitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 18.0. Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidak dipercaya suatu instrument penelitian, berdasarkan pada tingkat ketetapan dan kemantapan suatu alat ukur. Standar yang digunakan dalam menentukan reliable atau tidaknya suatu instrument penelitian salah satunya. Dengan melihat perbandingan antara nilai r -hitung terhadap r -table pada taraf harga 95% (signifikan 5%). Item dinyatakan valid dalam uji validitas ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika r -hitung (positif) atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan reliable.

b. Jika r -hitung (negatif) atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak reliable.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS

Variabel	No Item	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
X1 Variabel Harga	1	0,479	Tidak Reliabel
	2	0,678	Reliabel
	3	0,563	Tidak Reliabel
	4	0,524	Tidak Reliabel
	5	0,644	Reliabel
	6	0,707	Reliabel
	7	0,838	Reliabel
	8	0,663	Reliabel
	9	0,699	Reliabel
	10	0,686	Reliabel
	11	0,751	Reliabel
	12	0,506	Tidak Reliabel
	13	0,506	Tidak Reliabel
	14	0,518	Tidak Reliabel
	15	0,585	Tidak Reliabel
	16	0,617	Reliabel
X2 Variabel Kualitas Produk	1	0,391	Tidak Reliabel
	2	0,491	Tidak Reliabel
	3	0,467	Tidak Reliabel
	4	0,667	Reliabel
	5	0,412	Tidak Reliabel
	6	0,577	Tidak Reliabel
	7	0,575	Tidak Reliabel
	8	0,696	Reliabel
	9	0,434	Tidak Reliabel
	10	0,696	Reliabel
	11	0,585	Tidak Reliabel
	12	0,746	Reliabel

	13	0.817	Reliabel
	14	0.817	Reliabel
	15	0.817	Reliabel
	16	0.774	Reliabel
	17	0.774	Reliabel
	18	0.774	Reliabel
	19	0.848	Reliabel
	20	0.696	Reliabel
	21	0.799	Reliabel
	22	0.638	Reliabel
	23	0.660	Reliabel
	24	0.638	Reliabel
	25	0.622	Reliabel
	26	0.648	Reliabel
	27	0.853	Reliabel
	28	0.848	Reliabel
	29	0.470	Tidak Reliabel
	30	0.612	Reliabel
	31	0.612	Reliabel
Y Variabel Keputusan Pembelian	1	0.746	Reliabel
	2	0.736	Reliabel
	3	0.726	Reliabel
	4	0.643	Reliabel
	5	0.755	Reliabel
	6	0.562	Tidak Reliabel
	7	0.771	Reliabel
	8	0.600	Reliabel
	9	0.590	Tidak Reliabel
	10	0.643	Reliabel
	11	0.590	Tidak Reliabel
	12	0.749	Reliabel
	13	0.726	Reliabel
	14	0.726	Reliabel
	15	0.658	Reliabel
	16	0.658	Reliabel
	17	0.743	Reliabel
	18	0.698	Reliabel
	19	0.698	Reliabel
	20	0.698	Reliabel

Keterangan :

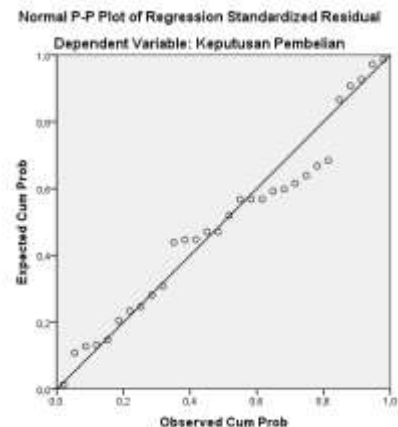
Jika data > 0,6 berarti datanya reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah dalam sebuah model regresi linear ordinary least square (OLS) terdapat masalah – masalah asumsi klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.



Gambar 1. Uji normalitas

Data plotting atau titik-titik data yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal maka kesimpulan model regresi terdistribusi normal

Uji multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah dalam sebuah model regresi ada korelasi atau kolinearitas antar variabel bebas.

Tabel 3. Hasil uji Multikolinearitas

		Ii I Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	-19,6979	83,25		-2,347	,027		
	Harga	-1,917	,721	-,323	-2,658	,013	,994	1,006
	Kualitas Produk	4,272	,712	,731	6,004	,000	,994	1,006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

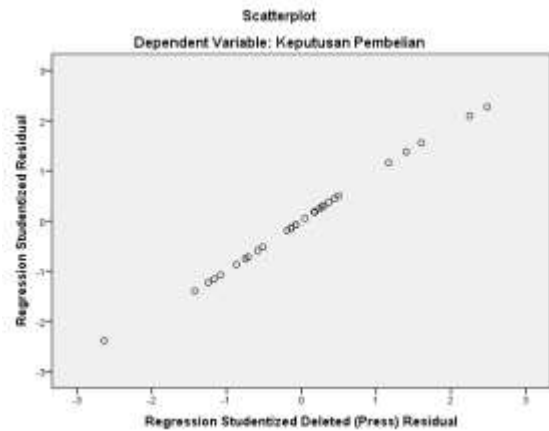
Tidak terjadi gejala Multikolinieritas Jika nilai Toleransi > 0,10 atau nilai VF < 10,00 sehingga kesimpulan pengambilan keputusan tidak ada gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksikan dengan *studentized deleted residual* nilai tersebut. Cara memprediksi ada tidaknya Heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*. Pada model regresiberganda tidak terdapat Heterokedastisitas, jika titik-titik menyebar di atas dan bawah atau sekitar angka 0 maka

model regresi tidak terjadi Heterokedastisitas.

Tidak terjadi heterokedastisitas Jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots dan titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y



Gambar 2. Uji heterokedastistas

Kesimpulan tidak ada gejala heterokedastisitas

Uji Hipotesis

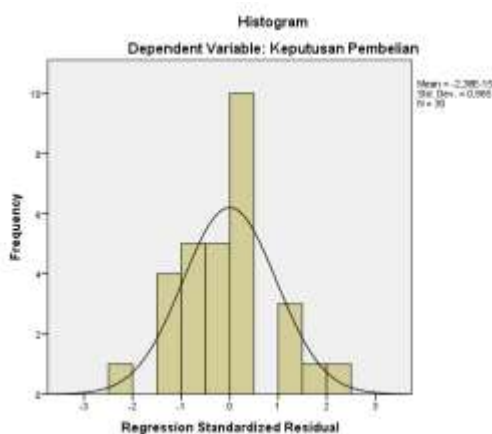
Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini menggunakan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Tingkat harga yang digunakan adalah 95%, maka nilai $\alpha = 0,05$ dan Besar t tabel, dicari berdasarkan rumus $df = n - k$, dimana $n =$ banyaknya responden sedangkan $k =$ banyaknya variabel (bebas+terikat). Jadi, $df = 30 - 2 = 28$, t tabel yaitu 2,048.

Jika nilai $Sig. < 0,05$ maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel(Y) kesimpulannya Harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan membeli karena nilai $Sig. 0,013 < 0,05$

kemudian Kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan membeli karena nilai sig. $0,00 < 0,05$

- a. Variabel harga memiliki nilai probabilitas $0,013 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan nilai t hitung variabel harga sebesar $-2,658 > 2,048$ t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah organik d kebun praktek Fakultas Pertanian nusanza ndonesia .
- b. Variabel kualitas memiliki nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar $4,037 > 2,048$ t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah d kebunpraktek fakultas pertanian nusanza ndonesia $0,05$.



Gambar 3. Histogram t-tabel

Kurva melihat perbandingan-hit. Dan t-tabel (2,048) arah variabel X berpengaruh negatif atau positif maka harga berpengaruh negatif terhadap keputusan membeli sedangkan kualitas produk

berpengaruh positif terhadap keputusan membeli.

Uji Serempak (F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (harga dan kualitas) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian ini menggunakan kriteria jika p-value $<$ dari *level of significant* yang ditentukan maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau dapat melihat nilai F. Jika nilai Fhitung $>$ Ftabel maka secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Ftabel dapat dihitung dengan cara $df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel dependen dan independen. Maka $df1 = 3 - 1 = 2$ dan $df2 = 30 - 3 = 27$, jadi didapat Ftabel adalah 0,000.

Uj f atau uji serempak digunakan untuk mengetahui signifikans Harga (X1), dan Kualitas produk (X2) ,secara bersama – sama terhadap varabel (Y) keputusan konsumen.

Jika nilai Sig. $<$ 0,05 maka variabel independent (X) secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependent (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Seempak

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40103,650	2	20051,825	20,458	,000 ^b
	Residual	26464,217	27	980,156		
	Total	66567,867	29			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk ,						

Nilai Sig. $0,00 <$ $0,05$ Maka Kesimpulan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan membeli (Y)

Jika F tabel = 2,52 maka F hit $>$ F tabel yaitu $20,458 >$ 2,52 secara simultan berpengaruh terhadap keputusan membeli

Persentase pengaruh variabel X baik secara parsial maupun secara serempak terhadap variabel

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur sebesar kemauan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika R² semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah sebesar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan R² (mendekati nol) maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil, artinya model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 5. Uji koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,602	,573	31,307
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Pengaruh serempak variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli adalah $0,602 \times 100 = 60,2\%$

KESIMPULAN

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 2,445 dengan nilai signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

Variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 4,037 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

Variabel harga dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan uji F (simultan) dengan nilai f hitung sebesar 20,458 dan F tabel sebesar 2,52 sehingga f hitung > f tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga dan variabel kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hidayat (2004). Karakteristik Teknik. Sistem Pertanaman Polikultur.
- Abdul Karim , (2015), pengaruh factor internal dan external terhadap return saham di BEI” jurnal ekonomi dan manajemen vol 1 januari (2015).
- Abdula Suryanti. (2009 : 58) Analisis pengaruh Rasio- Rasio CAMEL sebagai penilaian tingkat kesehatan baik terhadap harga saham perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Jakarta. Jurnal studi manajemen dan organisasi.volume 1 nomor 2.

- Abuzar Asra dkk (2016:16) Metode Penelitian survey bogor in media
- Adi Dharma. (2005). Pengaruh citra merk ,Kesadaran merk dan kualitas produk terhadap keputusan membeli produk Apple ,E jurnal manajemen ,vol. No 10.
- Adi sulistio Nugroho. (2017). Analisis dan perancangan system informasi .
- Arikanto , S. (2006: 118). Metode penelitian kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bambang supomo dan Mur indriantoro. (2002). Metode penelitian Bisnis, Cetakan kedua, Yogyakarta, penerbit BFEE UGM.
- Basu swastha, (2001).Manajemen Pemasaran Modern,Yogyakarta : BPFEE.
- Fandy.Tjiptono.2001. Manajemen pemasaran dan analisa perilaku konsumen , Yogyakarta : BPFEE
- Fardiaz, Soedomo. Polusi air dan udara .Bogor : Penerbit Kanisius Yogyakarta; 2006.
- Fauziah. (2007). Hubungan antar control diri dengan kecemasan jauh dari smart phone (nomo phobia) pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu social dan politik universitas diponegoro semarang .Jurnal empati ,6(2),15-20.
- Fauziah . (2007). Hubungan antar control diri dengan kecemasan jauh dari smart phone (nomo phobia) pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas diponegoro semarang .Jurnal empati, 6(2),15-20.
- G.Brodi (2009). Aplikasi analisis multivariatif dengan program SPSS,Semarang : Badan penerbit universiversitas diponegoro,vol.100 – 125.
- Geametri dan Mulyaqin (2013).Pengaruh umur simpan bibit bawang merah varietas super philipkk dan rubah terhadap pertumbuhan tanaman di kabupaten tangerang di propinsi banten
- Ghuzali Imam. (2006). Aplikasi analisis multivariate dengan pangan SPSS (edisi ke 4). Semarang Badan Penerbit Universitas di Ponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta .BPFEE.
- Hartuti, N. 1996. Penanganan panen dan pasca panen cabai merah. Teknologi produksi cabai merah .Balai penelitian tanaman sayuran. Pusat penelitian dan pengembangan horyikultura.Badan penelitian dan pengembangan pertanian.
- Herman et al (2007). The social influence of Brand Community : Evidence from European car Clube ,Jurnal of Marketing vol.69.
- Husein Umar. (2000). Pusat pemesaran dan penilaian konsumen . Jakarta : PT. Gramedia pustaka.
- Iwan Sukoco, Dr. Sri Widodo. (2016). Majajemen sumber daya manusia. Bandung: Mngga Makmur.
- Iwan Sukoco, Dr. Sri Widodo. (2016). Majajemen sumber daya manusia. Bandung: Mngga Makmur.
- Iwan Sukoco, Dr. Sri Widodo. (2016). Majajemen sumber daya manusia. Bandung: Mngga Makmur
- Keller, (2007). Manajemen Pemasaran ,Jilid 1 ,Edisi Kedua belas ,PT Indeks Jakarta.
- Kotler. Amstrong (2001). Prinsip – prinsip pemasaran ,Edisi kedua belas ,Jilid 1.Jakarta : Erlangga.