

# ANALISIS PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UKM GULA KELAPA

Danis Imam Bachtiar

Politeknik Sawunggalih Aji

## *Abstract*

*In the discussion of this study, the problem is how much influence the product and price diversification of purchasing decisions in SMEs Palm Sugar in Purworejo District. While the focus of the problem is how much product diversification influences purchasing decisions, how much the price affects purchasing decisions as well as whether product and price diversification simultaneously affect purchasing decisions in SMEs Palm Sugar in Purworejo District. Discussion of this research is a field research with quantitative descriptive approach method that describes the effect of product and price diversification to purchasing decision in SME Gula Kelapa in Purworejo Regency. Techniques of collecting data obtained from observations and questionnaires distributed To Consumers Coconut Sugar in Purworejo District. The result of data processing is product diversification has a positive effect on purchasing decision, it is proved by  $t$  value 2,900 bigger than  $t$  table equal to 1,661. Price has a positive influence on purchasing decisions, this is evidenced by  $t$  count of 5.680 is greater than the  $t$  table of 1.661. While the results of the test together product and price diversification affect the purchase decision of 78.77. The result of determination coefficient is product diversification and price can explain purchase decision of 65,5%.*

**Keywords:** *Product diversification, price and purchase*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang menjadi salah satu tolak ukur kemajuan perekonomian suatu bangsa. Dalam kegiatan bisnis, mendapatkan keuntungan maksimal adalah salah satu tujuan utamanya. Hal tersebut tidak dapat terlepas dari faktor Internal dan Eksternal. Salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan kegiatan bisnis adalah adanya persaingan yang terjadi diantara para pelaku bisnis. Persaingan yang terjadi antara pelaku bisnis tersebut berjalan secara ketat dan bebas, hal ini sebagai salah satu dampak adanya ekonomi global yang semakin memudahkan batas antar negara-negara. Agar dapat mengatasi persaingan yang ketat dan bebas tersebut, suatu perusahaan perlu menunjukkan kinerja yang baik dimata publik pada umumnya dan investor pada khususnya. Begitu juga dengan UMKM yang ada di Kabupaten Purworejo. Salah satu UMKM unggulan yang ada di Kabupaten Purworejo adalah Gula Kelapa.

Kabupaten Purworejo menggantungkan hidupnya sebagian besar dari hasil pertanian dan perkebunan. Salah satu perkebunan penghasil Kabupaten Purworejo adalah kelapa. Gula Kelapa Kabupaten Purworejo sangat menjanjikan dengan produksi rata-rata 15.073 ton per tahun dan melibatkan 14.474 orang petani/pengrajin gula kelapa menghasilkan nilai produksi Rp 92.191.000,- pertahun (Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purworejo 2013). Terdapat 13 Kecamatan dari 16 Kecamatan yang memproduksi gula kelapa, usaha ini tergolong jenis *home industri* karena pengerjaannya secara individual di rumah masing-masing pengrajin. Proses produksi gula kelapa di tingkat petani dilakukan

dengan peralatan yang sangat sederhana, yaitu menggunakan kualii, pengaduk dan tungku kayu bakar.

Gula Kelapa selama ini menjadi sumber mata pencaharian penting bagi para petani, buah yang berasal dari Kelapa di Kabupaten Purworejo dapat menyerap 12.988 tenaga kerja melalui 6.446 unit usaha micro dan kecil. Kapasitas produksi Gula Kelapa pertahun mencapai 14.345 Ton dengan nilai produksi Rp 88.370.664 (Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purworejo 2014).

**Tabel 1. Produksi Gula Kelapa Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purworejo Tahun 2014**

No	Nama Sentra	Unit Usaha (unit)	Tenaga Kerja (orang)	Nilai Investasi (Rp)	Kapasitas Produksi	Nilai Produksi (Rp)	Bahan Baku	
					Jumlah		Jumlah	Nilai (Rp)
1	Gula Kelapa	6.446	12.988	4.834.500	14.345	86.370.664	71.393.400	49.975.380

Gula kelapa selama ini menjadi sumber mata pencaharian penting bagi para petani, buah yang berasal dari Kelapa di Kabupaten Purworejo dapat menyerap 12.988 tenaga kerja melalui 6.446 unit usaha micro dan kecil,. Kapasitas produksi Gula Kelapa pertahun mencapai 14.345 Ton dengan nilai produksi Rp 88.370.664 (Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purworejo 2014). Salah satu cara mengalahkan persaingan adalah melakukan pemasaran yang efektif. Untuk dapat bersaing dalam dunia pemasaran juga dibutuhkan produk yang bervariasi.

Perusahaan harus selektif dalam memilih produk dan penetapan harga yang akan menguatkan keputusan pembelian konsumen. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau *utilitas* tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat (Tjiptono, 2008).

Kegiatan pemasaran yang dilakukan harus tepat sasaran perusahaan untuk meningkatkan laba melalui tingkat intensitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu. Untuk itu perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi mix dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya. Menurut Basu Swastha (2002:42), *marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran dimana variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Variabel *marketing mix* terdiri dari strategi produk, strategi harga, penyaluran atau distribusi dan promosi. Strategi ini berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk sertai strategi pendukung lain berupa strategi harga. Strategi ini diterapkan pada segmen pasar yang merupakan sasaran pasarnya.

*Marketing mix* yang tepat, dapat memberikan peranan yang penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap melangsungkan usahanya. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat ini diharapkan dapat merangsang konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Diversifikasi produk dan harga yang merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran memang mempunyai peran yang sangat penting yang mampu

mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menyebutkan dua variabel strategi pemasaran yaitu diversifikasi produk dan harga, variable bebasnya (X) dan keputusan pembelian sebagai variable terikat (Y). Penelitian ini terbatas pada diversifikasi produk di UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo sebagai pedagang kecil dan menengah.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo?
3. Apakah terdapat pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo?

### **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo.

### **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademis diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan tentang pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo.
2. Bagi perusahaan, dengan mengetahui pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Gula Kelapa di Kabupaten Purworejo diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan penjualan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Diversifikasi Produk**

Menurut Sudarsono (2001:72) diversifikasi produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen di dalam memuaskan kebutuhannya.

### **Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari yang memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2009:184) keputusan pembelian konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh organisasi formal untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih alternatif antarmerek dan pemasok.

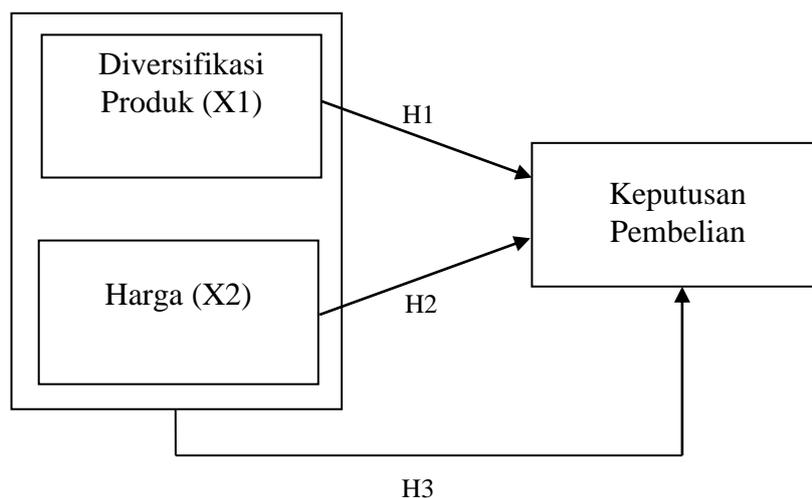
### **Proses Keputusan Membeli**

Menurut Kotler dan Keller (2009: 234) proses pengambilan keputusan membeli pada konsumen bisnis ada delapan tahap yaitu:

1. Pengenalan Masalah
2. Perumusan Kebutuhan Umum
3. Spesifikasi Produk
4. Pencarian Pemasok
5. Permintaan Pengajuan Proposal
6. Pemilihan Pemasok
7. Spesifikasi Rutinitas Pesanan
8. Penilaian Kinerja

### **Kerangka Konseptual Penelitian**

**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**



### **Hipotesis Penelitian**

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H3 : Diversifikasi produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis Metodologi Penelitian**

Dari melihat variabel-variabel yang dianalisis bahwa penelitian ini merupakan jenis metodologi kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data (Umar : 2008). Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan melalui responden dengan menggunakan angket.

### **Identifikasi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel independent, dimana variabel independentnya adalah diversifikasi produk (X1) dan Harga (X2), dengan variabel dependentnya Keputusan Pembelian (Y).

### **Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto,1998 :130). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto,199:131). Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi konsumen UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo dengan teknik *total sampling* (rincian terlampir).

### **Jenis Data**

1. Data kualitatif adalah data untuk melihat gambaran masing-masing variabel
2. Data kuantitatif adalah data untuk melihat hubungan antara dua variable yaitu variable independen dan variable dependen.

### **Sumber Data**

Sumber data terdiri dari :

- a) Data Primer adalah data yang digunakan untuk mengukur variabel diversifikasi produk dan harga. Data ini bersumber dari hasil jawaban angket yang telah dibagikan kepada responden.
- b) Data Sekunder adalah data yang diperoleh berupa data karyawan, sejarah perusahaan, struktur organisasi dan proses operasional perusahaan. Data ini bersumber dari objek penelitian dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan di UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan :

- a. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Data yang diperoleh melalui studi pustaka yang dilakukan dengan cara membaca buku yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Riset Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang didasarkan pada peninjauan langsung di lapangan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan melakukan wawancara, pengamatan, mengajukan pernyataan dan kombinasi dari semua cara diatas.

c. Angket

Dengan menyebarkan angket yang berisikan daftar pernyataan kepada responden. Hasil ini dijadikan salah satu informasi untuk menjelaskan dan menganalisa permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data ada dua cara, pertama konsumen ditemui secara langsung saat pengisian angket dan cara kedua melalui alat komunikasi seperti telepon atau handphone.

### **Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa teknik analisa statistic melalui pemanfaatan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20.0 for Windows antara lain adalah:

#### **Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi (kuncoro, 2003 : 172).

#### **Analisis Regresi Berganda**

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas (Gujarati, 2006).

#### **Analisa Korelasi**

Analisa korelasi adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel. Adapaun tujuan melakukan analisis korelasi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keeratan atau hubungan antara variabel.

#### **Uji Hipotesis**

- a. Uji hipotesis T-test, untuk pengujian hipotesis secara terpisah digunakan uji t (t-test) (Rangkuti, 2005 : 63)
- b. Uji hipotesis F-test, digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel indenpenden secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011: 218).

#### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan kemampuan model menjelaskan variasi yang terjadi dalam variable dependen. Koefisien determinasi ditunjukkan oleh angka R-Square dalam model summary yang dihasilkan oleh program (Ferdinand, 2006).

#### **Analisis Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang diringkas pada tabel diatas, maka berikut ini dikemukakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,186 + 0,286X_1 + 0,659X_2 + e$$

## Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi**

Variabel	Keputusan Pembeli	Signifikan	Keterangan
Diversifikasi Produk (X1)	0,690	0,000	Berkorelasi signifikan
Harga (X2)	0,733	0,000	Berkorelasi signifikan

## Uji-t

**Tabel 3. Hasil Uji-t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.186	2.193		2.820	.006		
Diversifikasi Produk (X1)	.286	.131	.221	2.181	.032	.392	2.552
Harga (X2)	.659	.111	.601	5.930	.000	.392	2.552

## Uji F

**Tabel 4. Tabel Perhitungan Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	906.531	2	453.26	76.668	.000
Regression	561.643	95	5		a
Residual	1468.17	97	5.91		

Dari uji ANOVA didapat nilai Fhitung sebesar 75,668 dengan probabilitas signifikansi 0,000. Probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan  $df = 98 - 2 - 1 = 95$  diperoleh Ftabel sebesar 3,94. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa Fhitung > Ftabel, maka variabel diversifikasi produk dan harga secara bersama –sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_a$ ) yang berbunyi diversifikasi produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo diterima, maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dapat diterima.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

### **Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo berpengaruh positif sebesar 0,276 pada tingkat signifikansi 0,033 yang berarti signifikan karena berada dibawah nilai signifikansi yang dipersyaratkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan diversifikasi produk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo. Dengan kata lain, diversifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo.

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

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo berpengaruh positif sebesar 0,659 pada tingkat signifikansi 0,000 yang berarti signifikan. Karena berada dibawah nilai signifikan yang dipersyaratkan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo.

### **Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil pengujian hipotesis dari uji ANOVA didapat nilai Fhitung sebesar 76,668 dengan probabilitas signifikan 0,000. Probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka variabel diversifikasi produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini melakukan pengujian terhadap pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo. Dari pengujian regresi berganda dengan menggunakan SPSS, dapat disimpulkan bahwa :

- a. Diversifikasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,286 atau 28,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk dapat meningkatkan keputusan pembelian yang diharapkan.
- b. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,659 atau 65,9 %. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat meningkatkan keputusan pembelian dalam mencapai tujuan.
- c. Koefisien determinasi sebesar 0,609 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, dimana nilai koefisien determinan = 60,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk dan harga dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 60,9%, sedangkan sisanya 39,10% adalah dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

### **Saran-Saran**

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada UKM Gula Kelapa Kabupaten Purworejo dengan saran dari hasil penelitian ini dapat disampaikan sebagai berikut :

1. UKM Gula Kelapa diharapkan dapat mempertahankan harga dan Produk, tujuannya agar konsumen meningkat dan tetap loyal kepada UKM Gula Kelapa.

2. UKM Gula Kelapa diharapkan dapat mempertahankan diversifikasi produk kemasan, bentuk dan perlu ditingkatkan dengan penjelasan kepada calon konsumen mengenai diversifikasi produk UKM Gula Kelapa, tujuannya agar konsumen yang membeli produk gula kelapa dapat mengetahui diversifikasi produk yang di UKM Gula Kelapa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta :Aneka Cipta
- Arsyad, L. 1999. Pengantar perencanaan dan pengembangan Ekonomi Daerah, Edisi Pertama, BPFE Jakarta
- Abdurrahmat Fathoni, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Basir Barthos, 1990. *Manajemen Sumber Daya Manusia, suatu pendekatan makro*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu*
- Freddy Rangkuti. 2004. *Manajemen Persediaan*. Edisi 2. Jakarta: PT. Raja
- Ghozali, Imam. 2007. *Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: BP Undip
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Grafindo Persada
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga
- Idris. 2008. *Analisis data Kuantitatif*. UNP Padang.
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid dua. Bahasa: Bob Sabran, MM, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu dan dua. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip & Armstrong 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. jilid I. edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Mochamad Ridzky Arwiedya (2011) dalam penelitian tentang “*Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online* (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)
- Mudrajat, Kuncoro, ph. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketiga. Jakarta: Perdana Media Group.