



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 12770-12778  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Harga Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi 49

Sinta Ria<sup>1✉</sup>, Hasbullah<sup>2</sup>, Evi Meidasari M<sup>3</sup>

Universitas Mitra Indonesia

Email: [sria82591@gmail.com](mailto:sria82591@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi 49. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. yaitu melalui responden yang mengisi kuesioner. Teknik analisis yang dilakukan melalui validitas, realibilitas, asumsi klasik, hipotesis, dan regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Random sampling dengan 188 populasi dan sampel sebanyak 100 responden dengan rumus Slovin penentuan sampel dalam penelitian ini hanya mengambil sampel konsumen tetap kopi 49. Berdasarkan hasil Variabel pengaruh harga dan ketersediaan produk diketahui menunjukkan nilai f-hitung 283,478 yang lebih besar dari f-tabel (3,09) atau dapat dilihat dari hasil perolehan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dan ketersediaan produk dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci : *Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Keputusan Pembelian Konsumen*

### Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of price and product availability on consumer purchasing decisions for Kopi 49. The data used in this research is primary data and secondary data, data obtained directly from the source, namely through respondents who fill out the questionnaire. The analysis technique is carried out through validity, reliability, classical assumptions, hypotheses, and multiple linear regression. The sampling technique used was a random sampling technique with a population of 188 and a sample of 100 respondents using the Slovin formula for determining the sample in this study only taking a sample of 49 regular coffee consumers. The size of the f-table is (3.09) or can be seen from the results of obtaining a significance value of  $0.001 < 0.05$ . So it can be interpreted that price variables and product availability can increase purchasing decisions at Kopi 49 Bandar Lampung City.

Keywords: *Price Influence, Product Availability, Purchasing Decisions Consumer*

### PENDAHULUAN

Harga kopi ditentukan oleh hukum pasar, ketika persediaan sedikit harga tinggi, sebaliknya ketika persediaan tinggi maka harga menjadi rendah. Masalah yang dihadapi para pelaku rantai pasokan (pemasok, produsen dan pengecer) terpusat pada ketersediaan bahan baku yang pada beberapa waktu tertentu mengalami kelangkaan. Kelangkaan bahan baku ini menyebabkan lonjakan harga dan tertundanya proses produksi dan distribusi (Leppe, 2019:45).

Tabel 1. Produk dan Harga Kopi 49 tahun 2022

No	Produk	Harga
1	Robusta Kopi 49	Rp 10.000
2	Kopi Robusta <i>Gread</i> 1	Rp 20.000
3	<i>Coffee</i> Premium	Rp 25.000
4	<i>Coffee</i> Lanang	Rp 40.000
5	Arabica Semendo	Rp 50.000

Tabel 2. Produk dan Harga Kopi 49 tahun 2023

No	Produk	Harga
1	Robusta Kopi 49	Rp 13.000
2	Kopi Robusta <i>Gread</i> 1	Rp 25.000
3	<i>Coffee</i> Premium	Rp 30.000
4	<i>Coffee</i> Lanang	Rp 45.000
5	Arabica Semendo	Rp 55.000

Sumber : *Kopi 49, Data diolah 2024*

Untuk Kopi 49 sendiri kopi asli dari Lampung Barat dan Ulu Belu, tetapi di Produksi di Bandar Lampung. Jadi dari kedua tabel 1.2 dan table 1.3 diatas ada perbedaan harga dari tahun 2022 ke tahun 2023 setiap produk kopi melonjak naik tinggi sekali, diakibatkan Petani Kopi gagal panen, menyebabkan kelangkaan produk kopi untuk di produksi. kondisi seperti ini memang sudah menjadi budaya setiap tahun di Lampung Barat, dimana harga kopi saat panen raya dan pasca panen selalu berbeda. Sehingga yang diuntungkan ialah petani yang masih menyimpan hasil panen raya beberapa bulan lalu. Pembeli sendiri memiliki wawasan tentang nilai, bahwa makin tingginya harga barang, makin tinggi sifat barang tersebut.

Tabel 3. Data Penjualan Kopi 49 Tahun 2022-2023

BULAN	2021	2022	2023
Januari	15.230 pcs	15.420 pcs	17.310 pcs
Februari	14.450 pcs	16.880 pcs	16.482 pcs
Maret	16.440 pcs	17.500 pcs	16.180 pcs
April	16.820 pcs	17.870 pcs	14.106 pcs
Mei	18.220 pcs	18.800 pcs	19.797 pcs
Juni	17.540 pcs	16.146 pcs	24.504 pcs
Juli	18.300 pcs	16.592 pcs	24.227 pcs
Agustus	18.400 pcs	18.124 pcs	25.076 pcs
September	16.460 pcs	18.804 pcs	26.485 pcs
Oktober	14.550 pcs	16.943 pcs	28.660 pcs
November	19.020 pcs	20.491 pcs	29.685 pcs
Desember	19.330 pcs	18.662 pcs	31.440 pcs
Total	204.760 pcs	212.232 pcs	273.952 pcs

Sumber : *Kopi 49, Data diolah 2024*

Dilihat bahwa data penjualan di Kopi 49 dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2021 terhitung sebanyak 204.760 pcs, kemudian pada tahun 2022 naik menjadi 212.232 pcs, dan pada tahun 2023 jumlah penjualan kopi di Kopi 49 naik lagi menjadi 273.952 pcs. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah penjualan di Kopi 49 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tetapi ada nya naik turun penjualan setiap bulannya karena adanya terbatasnya Ketersediaan bahan baku, berubahnya selera konsumen, munculnya pesaing, dan sering terjadi kosong Ketersediaan barang, tetapi walaupun Ketersediaan kopi terbatas permintaan konsumen semakin tahun semakin tinggi.

## METODE PENELITIAN

Dalam penulisan karya ilmiah, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subyek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya. (Sugiyono, 2019). Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yaitu mengumpulkan jawaban responden terhadap item-item pernyataan yang terdapat dalam penelitian Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi 49. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Kopi 49 sebanyak 188. Sampel penelitian ini menggunakan teknik sampel acak sederhana (Simple random sampling) dengan menggunakan rumus slovin, pada periode dalam penelitian ini mempunyai nilai  $Asymp.Sig (2-tailed)$  sebesar  $0,197 > 0,05$  dengan kata lain data tabulasi kuesioner berdistribusi normal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu, Kuesioner (angket), wawancara, dokumentasi, observasi, studi pustaka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan nilai korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Nilai  $T_{hitung}$  diperoleh dari hasil output SPSS, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai  $r$ -table. Nilai  $r$ -table dapat dihitung dengan rumus  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  dan  $\alpha 0,05$  sehingga didapat  $r$ -table =  $0,197$ . Apabila signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  maka pernyataan dikatakan valid. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana kendala suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), dengan ketentuan apabila hasil Cronbach Alpha ( $\alpha$ )  $> 0,6$  maka indikator atau kuesioner tersebut dinyatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Hitung	Alpha Cronbach	Kriteria
1	Harga (X1)	0,816	0,6	Reliabel
2	Ketersediaan Produk (X2)	0,785	0,6	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,688	0,6	Reliabel

Sumber: *Data Primer diolah, 2024*

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4 di atas, baik variabel Harga, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian semuanya memiliki nilai alpha hitung  $> 0,6$  sehingga instrumen dikatakan reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Perhitungan Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov atau uji K-S untuk mengetahui data yang digunakan data parametrik atau bukan. Data dapat dikatakan normal apabila  $\text{sig} > 0,05$ . Variabel Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2 – tailed) lebih besar dari 0,05 (0,169  $> 0,05$ ) sehingga berdistribusi normal berarti data layak digunakan pada penelitian ini serta dapat dilanjutkan

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk terhindar dari kebiasaan dalam pengambilan Keputusan mengenai pengaruh terhadap uji parsial masing-masing variable independt terhadap variable dependent.

- a. Nilai Tolerance: Jika nilai tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Nilai Tolerance pada Harga sebesar 0,981, maka nilai 0,981  $> 0,10$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- c. Nilai Tolerance pada Ketersediaan Produk sebesar 0,981 maka nilai 0,981  $> 0,10$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- d. Nilai VIF: Jika nilai VIF lebih kecil  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- e. Nilai VIF Harga sebesar 1,019 maka nilai 1,019  $< 10,00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- f. Nilai VIF Ketersediaan Produk sebesar 1,019 maka nilai 1,019  $< 10,00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji digunakan untuk mengetahui ada kesamaan atau ketidaksamaan variance dari residual untuk mengamati model regresi linier. Dari hasil pengolahan data mendapat hasil grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi Heterokedastisitas karena tidak terdapat pola yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi linier ada korelasi anantara variable gangguan satu dengan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi pada penelitian ini. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai DW 2,2848. Autokorelasinya adalah  $dU < dw < (4-dU)$  Dimana nilai  $dU 1,7152 < dw 1,815 < 2,2848$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi diantara data penelitian.

Perhitungan Uji Hipotesis

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini digunakan untuk menggunakan koefisien determinasi adalah membandingkan nilai Adjusted R Square untuk variabel Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian yang menunjukkan perhitungan Adjusted R Square adalah 0,899. Nilai tersebut dapat diartikan seluruh variable bebas (independent), secara Bersama-sama atau simultan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 89,9%, sisanya sebesar 10,1% dipengaruhi oleh variable atau faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

##### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variable independent (X) secara Bersama-sama signifikan terhadap variable dependent (Y). Dasar pengambilan Keputusan. Hasil dari uji simultan diatas ialah tingkat signifikansi adalah sebesar 0.001 dengan angka f hitung sebesar 442,869 dan f tabelnya sebesar 3,09. Dapat dilihat bahwa F hitung  $442,869 > F$  tabel 3,09 yang  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga ( $X_1$ ) dan Ketersediaan Produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

##### 3. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui Tingkat signifikan pengaruh antara masing – masing (parsial) variable independent terhadap variable dependent secara. Menentukan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05)

- a. Nilai sig Pengaruh Harga  $0,001 < 0,05$ , sesuai dengan gambar yaitu uji parsial (t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $-10,507 > 1,98472$  Maka  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian
- b. Nilai sig Ketersediaan Produk adalah  $0,001 < 0,05$ , sesuai dengan gambar yaitu uji parsial (t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi Ketersediaan Produk terhadap Keputusan

Pembelian adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $29,030 > 1,98472$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

#### Perhitungan Uji Regresi Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda berdasarkan Variabel Harga, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian

- a) Nilai 15,260 adalah nilai konstanta, dinyatakan bahwa jika nilai Harga (X1) dan Ketersediaan Produk memiliki nilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) Sebesar 15,260.
- b) Nilai 0,133 merupakan nilai regresi X1 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Harga maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,133.
- c) Nilai 0,449 merupakan nilai regresi X2 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Ketersediaan Produk maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,449.
- d) e merupakan error item yang menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pembelian selain kedua variabel penelitian.

#### Pembahasan Hipotesis

##### 1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel pengaruh harga diketahui menunjukkan nilai t-hitung  $-10,507$  yang lebih besar dari ttabel ( $1,98472$ ) atau dapat dilihat dari hasil perolehan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggi Suprayogi (2020) yang mengemukakan bahwa harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya berupa barang maupun jasa.

##### 2. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel pengaruh harga diketahui menunjukkan nilai t-hitung  $29,030$  yang lebih besar dari t-tabel ( $1,988472$ ) atau dapat dilihat dari hasil perolehan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel ketersediaan produk dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini didukung dan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Astuti & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian adalah ketersediaan produk.

### 3. Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh harga dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel pengaruh harga dan ketersediaan produk diketahui menunjukkan nilai  $f$ -hitung 442,869 yang lebih besar dari  $f$ -tabel (3,09) atau dapat dilihat dari hasil perolehan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dan ketersediaan produk dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung.

## SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi 49 menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik harga yang diberikan oleh perusahaan maka akan meningkatkan minat para konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Begitupun sebaliknya jika semakin buruk harga yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin menurunkan minat para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel ketersediaan produk dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung. Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi 49 menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik ketersediaan produk yang disediakan untuk konsumen maka semakin bagus untuk mengambil keputusan pembelian yang diberikan konsumen, Begitupun sebaliknya jika semakin buruk ketersediaan produk untuk konsumen yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin menurunkan minat para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung. Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi 49 menunjukkan bahwa kedua Variabel yaitu Harga dan Ketersediaan berpengaruh bersama-sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian,dimana semakin baik Harga dan Ketersediaan Produk yang diberikan perusahaan makan akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian, dan sebaliknya jika buruknya Harga dan Ketersediaan Produk yang

diberikan makan akan menurunkan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh harga dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dan ketersediaan produk dapat meningkatkan Keputusan pembelian di Kopi 49 Kota Bandar Lampung.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis konsumen, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian, misalnya melakukan wawancara mendalam terhadap responden yang melakukan pembelian ulang sehingga informasi yang di peroleh dapat lebih bervariasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009
- Amstrong & Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Anwar, Sanusi. 2016. Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Collin 2016. Built To Last: Tradisi Sukses Organisasi-organisasi Visioner, Alih Bahasa, Hifni Alifahmi, Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2021. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN (pertama).
- Kotler, dan Amstrong, 2019 Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta Salemba Empat.
- Leppe, E. P., Karuntu, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., & Ratulangi, US. 2019. Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu Di Kelurahan Bahu Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1), 201–210.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Simamora, Awy Apriani Ningrum dan Fatira, Marlya. "Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. Jurnal Maneksi. Vol 8, No. 2 (2019): 216.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.