

## **PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEMBAKO SHEZA PALEMBANG**

**Indah Mawarni<sup>1</sup>, Marita Pratisila<sup>2</sup>, Nanda Revita<sup>3</sup>**

indahmawarni@unisti.ac.id<sup>1</sup>; maritapratisila88@gmail.com<sup>2</sup>, nandarevita@gmail.com<sup>3</sup>

Dosen Tetap Universitas Sjakhyakirti Palembang

### **ABSTRACT**

*Product availability and price are one of the things that consumers consider when purchasing. Often the higher the price of a product, the more available the product is. Consumers are willing to spend more if the quality, consumer sacrifice and availability of a product are commensurate with the costs incurred. The questionnaire in this research was given to 100 consumers of the Sheza Jaya Sentosa Palembang grocery store. The analytical method used in this research is quantitative. The research results show a positive and significant influence on price and product availability on purchasing decisions at the Sheza Jaya Sentosa Palembang grocery store.*

**Keywords:** *price, product availability, purchase decision*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis akan dikatakan berhasil, terlebih dahulu diawali dengan harus berani mengambil resiko guna melakukan inovasi-inovasi agar dapat mampu bersaing, untuk itu bisnis yang dijalankan tentu tidak luput dari resiko (*"high risk, high return"*) oleh karenanya resiko yang akan diterima sebaiknya dikalkulasi dengan tepat. Menurut Fatmah. dkk (2024: 61) Kekuatan pembeli mengevaluasi seberapa kuat posisi pembeli dalam menegosiasikan harga, persyaratan, dan kondisi pembelian dengan perusahaan dalam industri tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan pembeli termasuk jumlah dan konsentrasi pembeli, kepentingan pembeli dalam produk atau layanan, dan ketersediaan alternatif pembelian.

Perusahaan bertujuan untuk menyenangkan pelanggan dan mendapatkan keuntungan sebagai imbalannya. Jadi tujuan utamanya adalah memberikan produk/layanan terbaik kepada pelanggan dengan harga terbaik. Kegagalan untuk melakukannya dapat mengakibatkan kegagalan bisnis (Haro, dkk. 2024: 73). Salah satu yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah harga, Menurut Kotler (2018) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Selain harga ketersediaan produk sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut Pebrianti. (2022: 190) Pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Pada dasarnya jika harga yang ditetapkan perusahaan untuk suatu produk tepat, serta sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut. Semakin terjangkau harga suatu produk maka konsumen akan semakin tertarik dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang bersangkutan.

Salah satu elemen utama dalam optimasi pengalaman pelanggan adalah memastikan ketersediaan produk yang memadai dan pengiriman yang cepat. Konsumen menginginkan akses instan terhadap produk yang mereka cari, dan mereka menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat dan efisien. Dengan menggunakan strategi

distribusi yang tepat (Umiyati, Hesti. dkk, 2024: 181). Konsumen akan memilih produk dengan mutu yang baik, harga terjangkau, praktis dan mempunyai manfaat bagi konsumen itu sendiri (Bangsawan. dkk, 2020: 19). Menurut (Conlon dan Mortimer, 2010) ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut. Menurut Schiffman (2008) mendefinisikan keputusan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan Keputusan.

Berikut ini data omzet toko sembako Sheza Jaya Sentosa dari survey pendahuluan yang peneliti diketahui bahwa jumlah penjualan di toko sembako Sheza Jaya Sentosa tahun 2023 memiliki tingkat naik turun setiap bulannya.

**Tabel 1. Omzet Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Tahun 2023**

| BULAN            | OMZET                    |
|------------------|--------------------------|
| Januari          | Rp. 66.525.986           |
| Februari         | Rp. 94.502.000           |
| Maret            | Rp. 156.949.500          |
| April            | Rp. 127.814.650          |
| Mei              | Rp. 95.357.500           |
| Juni             | Rp. 90.678.500           |
| Juli             | Rp. 81.672.000           |
| Agustus          | Rp. 75.103.500           |
| september        | Rp. 70.618.500           |
| Oktober          | Rp. 65.653.500           |
| November         | Rp. 60.641.000           |
| Desember         | Rp. 55.859.000           |
| <b>Total</b>     | <b>Rp. 1.041.393.136</b> |
| <b>Rata-Rata</b> | <b>Rp. 86.782.761</b>    |

Sumber : Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa, 2024

Dari data di atas dapat dilihat bahwa omzet tertinggi di Toko Tembako Sheza Jaya Sentosa, terdapat pada bulan Maret dengan jumlah sebesar Rp. 156.949.500,- karena banyaknya pesanan paket lebaran. Sedangkan untuk omzet terendah terdapat pada bulan Desember sebesar Rp. 55.859.000,- total omzet pada tahun 2023 sebesar Rp.1.041.393.136,- dan untuk rata-rata perbulan yaitu Rp. 86.782.761,-. Kondisi pendapatan omzet Toko Sheza Jaya Sentosa di bulan Oktober hingga Desember mengalami penurunan dikarenakan di bulan tersebut sebagian masyarakat sedang merayakan tahun baru dan pergi berlibur. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan dalam penjualan sembako.

Adapun permasalahan yang sering terjadi pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa yaitu kurang nya stok barang atas ketersediaan produk sembako pada saat peningkatan penjualan sehingga menyebabkan kekecewaan bagi konsumen yang tidak mendapat stok barang yang ingin di beli. Adapun permasalahan yang ada di toko sembako Sheza Jaya Sentosa yaitu adanya persaingan di sekitar toko, sehingga fenomena ini menarik untuk dilakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian PadaToko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.”

## **TELAAH TEORI**

### **Harga ( $X_1$ )**

Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Arumsari (2012) dalam Deni (2022), harga sebagai jumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.

### **Indikator-indikator Harga ( $X_1$ )**

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), terdapat empat indikator yang mempengaruhi harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga;
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk;
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat;
- 4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

### **Ketersediaan Produk ( $X_2$ )**

Menurut Pebrianti (2022: 13) Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan di pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Ketersediaan Produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut (Conlon dan Mortimer : 2010).

### **Indikator-indikator Ketersediaan Produk ( $X_2$ )**

Menurut Raharjani, 2005 mengemukakan variabel ketersediaan produk atau kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual, ketersediaan barang-barang tersebut. Berikut ini empat indikator yang mempengaruhi ketersediaan produk yaitu:

- 1) Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan;
- 2) Kelengkapan produk merk yang ditawarkan;
- 3) Kelengkapan produk variasi ukuran yang ditawarkan;
- 4) Kelengkapan produk variasi kualitas produk yang ditawarkan.

### **Definisi Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Menurut Peter dan Olson (2005: 162) dalam Ghozali (2022: 94-95) mengemukakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Tjiptono (2016) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Menurut Assauri (2015) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Dalam kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian tersebut dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

### **Indikator-indikator Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Kotler Dan Keller (2013), ada empat indikator keputusan pembelian, berikut indicator beserta penjelasan dari indikator tersebut:

- a. Kemantapan pada sebuah produk. Dalam melakukan pembelian, konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk. Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.
- d. Melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Mereka merasa produk tersebut sudah cocok dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan.

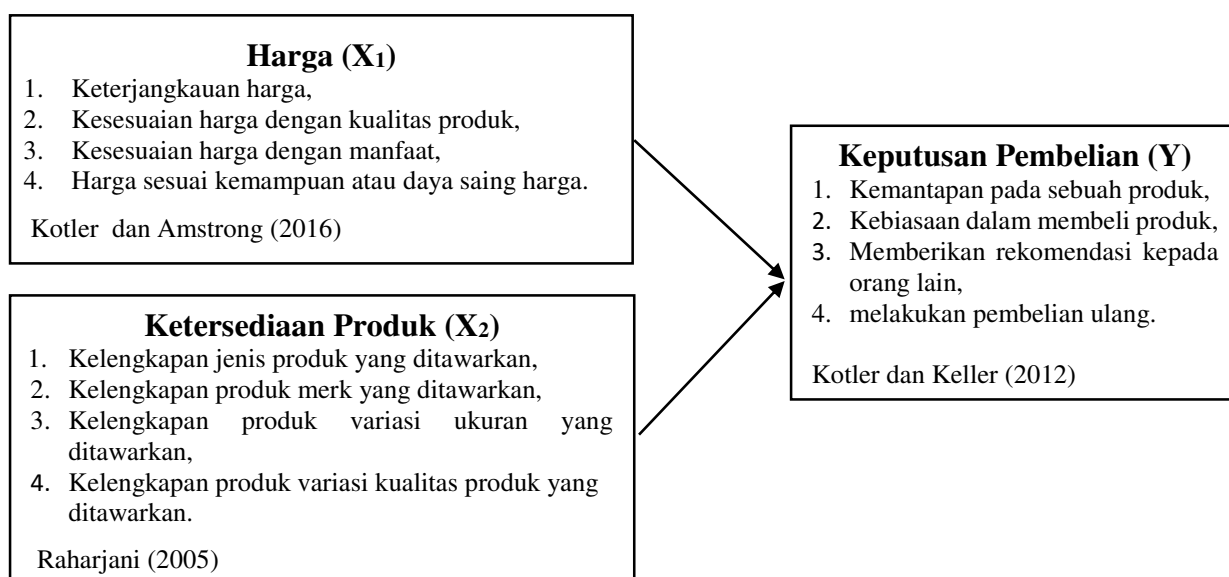
## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis dan Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan ruang lingkup membahas tentang pengaruh harga dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini merupakan interpretasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yang digambarkan peneliti sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dari gambar kerangka pemikiran tersebut dijelaskan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) dan Ketersediaan Produk baik secara parsial maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin adanya perubahan harga dan ada tidaknya ketersediaan produk yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin berdampak pada keputusan pembelian, berdasarkan hal itu maka diharuskan untuk dapat meningkatkan secara terus menerus kestabilan harga dan ketersediaan produk yang diperlukan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

### Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memberikan hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- $H_1$  = Diduga harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.  
 $H_2$  = Diduga ketersediaan produk secara parsial berpengaruh positif dan simultan terhadap keputusan pembelian.  
 $H_3$  = Diduga harga dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Operasional Variabel

**Tabel 2. Operasional Variabel**

| No | Variabel                                                    | Indikator                                                                                                                                                                                                              |
|----|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Harga ( $X_1$ )<br>Menurut Kotler dan Amstrong (2016:78)    | 1. Keterjangkauan harga<br>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk<br>3. Kesesuaian harga dengan manfaat<br>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga                                                         |
| 2  | Ketersediaan Produk ( $X_2$ )<br>Menurut Raharjani (2005)   | 1. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan,<br>2. Kelengkapan produk merk yang ditawarkan,<br>3. Kelengkapan produk variasi ukuran yang ditawarkan,<br>4. Kelengkapan produk variasi kualitas produk yang ditawarkan. |
| 3  | Keputusan Pembelian (Y)<br>Menurut Kotler dan Keller (2012) | 1. Kemantapan pada sebuah produk<br>2. Kebiasaan dalam membeli produk<br>3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain<br>4. Melakukan pembelian ulang                                                                   |

### Populasi

Menurut Achjar, dkk. (2024: 78-79) Populasi adalah kumpulan yang lengkap dari semua unit yang relevan untuk pertanyaan penelitian Populasi dapat berupa populasi target, yang merupakan kelompok yang penelitian, atau populasi universum, yang mencakup semua unit yang memenuhi kriteria inklusi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian ditoko sembako Sheza Jaya Sentosa, yang jumlah populasi tidak dapat diketahui dengan pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen toko sembako Sheza Jaya Sentosa yang membeli dibulan Oktober sampai dengan bulan Desember tahun 2023.

### **Sampel**

Menurut Arikunto (2019) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil representatif dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan penetapan Sample menggunakan metode Simple Random Sampling. Menurut Kerlinger (2006:188), simple random sampling adalah metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil.

Berdasarkan sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dari keseluruhan konsumen toko sembako Sheza Jaya Sentosa yang membeli di bulan Oktober sampai dengan bulan Desember tahun 2023. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data untuk hasil pengujian yang lebih baik

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis Data primer diperoleh langsung pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa. Data ini berupa tanggapan atau hasil wawancara penulis dengan responden dan pemilik toko sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang yang bersangkutan dan Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pencatatan objek penelitian yang berasal dari toko sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang serta segala sumber data yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrument atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut :

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig, 0.1) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan Valid).
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  ( uji 2 sisi dengan sig, 0.1 ) maka instrument atau item item pernyataan berkorelasi

#### **Uji Reliabilitas**

Ghozali (2018) mengemukakan sebuah kuesioner dinyatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan ini untuk uji realibilitas menggunakan Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas, perhitungan reliabilitas menggunakan program SPSS, untuk konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha  $> 0,06$  atau lebih besar dari pada 0,06.

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen (variabel bebas). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018)

## Uji Hipotesis

### Uji Statistik Partial (Uji t).

Menurut Kuncoro (2013:244) mengemukakan bahwa “uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara individual dalam menerangkan variable-variable terikat.” Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1). Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2). Jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0$  : Variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait.

$H_a$  : Variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait.

Untuk menentukan nilai t-tabel taraf nyata yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1)$ . Dimana merupakan jumlah variabel bebas. Sedangkan t-hitung dapat dilihat dari nilai t pada table *coefficients* hasil analisis regresi linear ganda program SPSS for Windows Versi 24.0.

### Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021) Uji F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) dan variabel ketersediaan produk ( $X_2$ ) secara Bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$  pada taraf kesalahan 10% ( $\alpha = 0,1$ ). Apabila  $f_{hitung} >$  dari nilai  $f_{tabel}$ , maka masing-masing variabel bebas secara bersamaan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk melihat seberapa jauh variabel bebas dapat menjelaskan variabel terkait maka perlu diketahui koefisien determinasi atau penentuan  $R^2$ . Nilai  $R^2$  ini berkisar antara 0 – 1, semakin mendekati 1 nilai  $R^2$  tersebut berarti semakin besar variabel independen mampu menerangkan variabel dependen. Analisis terhadap nilai  $R$ -square ( $R^2$ ) ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dapat menerangkan hubungan perubahan variabel terikat ( $Y$ ). sifat-sifat  $R$ -square sangat dipengaruhi oleh banyak variabel bebas dimana semakin banyak variabel bebas semakin besar nilai  $R$ -square.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Dari 100 orang responden, terdapat jenis kelamin laki-laki sejumlah 11 orang dengan persentase 11%. Dan jenis kelamin Perempuan berjumlah 89 orang dengan sebesar 89%. Maka responden terbanyak adalah yang berjenis kelamin Perempuan. Hal ini dikarenakan banyaknya ibu-ibu dan remaja putri yang berbelanja di toko sembako Sheza Jaya Sentosa. Berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat umur responden yaitu 17-20 tahun, 20-30 tahun, 30-40 tahun dan >40 tahun. Responden yang memiliki tingkat usia 17-20 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, tingkat usia 20-30 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, tingkat usia 30-40 tahun sebanyak 39 orang dengan persentase 39% dan tingkat usia >40 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Berdasarkan data responden yang didapatkan dari data koesioner, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan tingkat usia ada pada tingkat usia 30-40 tahun,

yaitu 39 orang dengan persentase 39%. Dari 100 responden, terdapat paling banyak dalam pengisian kuesioner adalah responden dengan jenis pekerjaan Ibu rumah tangga sebanyak 45 orang dengan persentase 45%, responden dengan jenis pekerjaan Karyawan Wirausaha yaitu 10 orang dengan persentase 10%, responden dengan jenis pekerjaan Pegawai Negeri yaitu sebanyak 14 orang dengan persentase 14%, responden dengan jenis pekerjaan Mahasiswa/Pelajar yaitu sebanyak 18 orang dengan persentase 18%, dan responden dengan jenis pekerjaan Lainnya yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase 13%. Maka responden pada penelitian banyak yang berbelanja di toko Sheza Jaya Sentosa Ibu rumah tangga.

#### **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun dalam kuesioner penelitian untuk dapat mengetahui kalayakan suatu pertanyaan atau pernyataan maka dilakukanlah uji signifikan dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df = n-2$  dengan tingkat signifikan sebesar 10%. Dari pengujian yang dilakukan item pertanyaan baik pada variable Harga ( $X_1$ ) dan item pertanyaan pada variable ketersediaan produk ( $X_2$ ) secara keseluruhan menunjukkan hasil  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  0,165 maka ini dinyatakan valid. Artinya, seluruh pertanyaan yang diberikan bisa diterima dengan baik oleh responden.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* Harga ( $X_1$ ) adalah 0,865 dengan jumlah item pertanyaan yang valid adalah 6 pertanyaan. bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ketersediaan produk ( $X_2$ ) adalah 0,773 dengan jumlah item pertanyaan yang valid adalah 4 pertanyaan nilai *Cronbach's Alpha* Harga (Y) adalah 0,830 dengan jumlah item pertanyaan yang valid adalah 5 pertanyaan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,6 maka bisa disimpulkan bahwa instrumen variabel Harga ( $X_1$ ), ketersediaan produk ( $X_2$ ), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel.

#### **Analisis Regresi Berganda**

Hasil uji analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS, menunjukkan nilai koefisien konstanta yaitu sebesar 0,556. Sedangkan koefisien variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu 0,210 dan variabel ( $X_2$ ) yaitu 0,844. Konstanta a sebesar 0,556 dapat diartikan bahwa apabila harga ( $X_1$ ) dan ketersediaan produk ( $X_2$ ) bernilai nol (tidak ada) maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,556 satuan.

#### **Uji Hipotesis**

##### **Uji Signifikasi Partial (Uji t)**

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (3.163)  $>$   $t_{tabel}$  (1.660), dengan tingkat sig.t 0,002  $<$  0,1 (signifikan), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa. Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel ketersediaan produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (8.346)  $>$   $t_{tabel}$  (1.660), dengan tingkat sig.t 0,000  $<$  0,05 (signifikan), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel ketersediaan produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa.

##### **Uji Simultan (Uji f)**

Hasil uji simultan (uji f) dari tabel  $F_{hitung}$  sebesar (72.037)  $>$   $F_{tabel}$  (3.090), dengan nilai sig. F 0.000  $<$  0,05 (signifikan), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya harga ( $X_1$ ) dan ketersediaan produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Berdasarkan nilai koefisien diatas, maka pengaruh harga ( $X_1$ ) dan ketersediaan produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,598 atau 59,8% sisanya 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

### PEMBAHASAN

#### Pengaruh Variabel Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )

**Tabel 3. Hasil Kuesioner Harga ( $X_1$ )**

| No | Pernyataan                                                                                         | Skor |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1  | Harga produk yang di jual di toko Sheza Jaya Sentosa sangatlah terjangkau.                         | 337  |
| 2  | Harga yang ditetapkan terjangkau oleh masyarakat di sekitar toko Sheza Jaya Sentosa.               | 394  |
| 3  | Harga produk ditoko sembako sheza jaya sentosa sesuai dengan kualitas produk yang saya didapatkan. | 399  |
| 4  | Toko Sheza Jaya Sentosa selalu memberikan diskon pada produk-produk atau waktu-waktu tertentu.     | 381  |
| 5  | Harga produk ditoko Sheza Jaya Sentosa lebih murah bila dibandingkan dengan toko lain.             | 379  |
| 6  | Harga yang di tawarkan pada toko Sheza Jaya Sentosa memiliki harga yang bersaing dengan toko lain. | 397  |

Sumber: Data diolah penulis, 2024.

#### Pengaruh Ketersediaan Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )

**Tabel 3. Hasil Kuesioner Ketersediaan Produk ( $X_2$ )**

| No | Pernyataan                                                                               | Skor |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1  | Toko Sheza Jaya Sentosa memiliki produk yang banyak dan beragam.                         | 358  |
| 2  | Pada toko Sheza Jaya Sentosa memiliki kelengkapan produk.                                | 387  |
| 3  | Produk yang dijual memiliki berbagai variasi yang sesuai dengan keinginan.               | 376  |
| 4  | Toko Sheza Jaya Sentosa menawarkan kelengkapan produk variasi dengan kualitas yang baik. | 384  |

Sumber: Data diolah penulis, 2024

**Tabel 4. Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

| No | Pernyataan                                                                                                        | Skor |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1  | Saya memilih produk toko Sheza Jaya Sentosa karna sesuai dengan harga dan ketersediaan produk yang saya harapkan. | 384  |
| 2  | Saya selalu mencari informasi sebelum melakukan pemilihan sebuah produk.                                          | 345  |
| 3  | Saya melihat banyak konsumen yang berbelanja di toko Sheza Jaya Sentosa sehingga saya melakukan pembelian.        | 362  |

|   |                                                                                                                               |     |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4 | Saya puas dengan kesesuaian harga dan kualitas pada toko Sheza Jaya Sentosa sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain. | 357 |
| 5 | Toko Sheza Jaya Sentosa sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan selalu berbelanja di toko Sheza                         | 365 |

Sumber: Data diolah penulis, 2024

### **Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) Dan Ketersediaan Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Dari hasil statistik didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 72,037 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,090 yang artinya variabel harga, dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian nilai signifikan jauh lebih kecil dari 0,1 yaitu  $0,002 < 0,1$  yang artinya harga dan ketersediaan produk signifikan terhadap Keputusan pembelian. Kesimpulan pada variabel harga dan ketersediaan produk simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan ketersediaan produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa. Dari analisis data diatas diketahui bahwa besarnya Adjusted R Square sebesar 0,589. Hal ini berarti bahwa sebesar 58,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan ketersediaan produk.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan Ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis maka disimpulkan bahwa harga dan Keputusan Konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis maka dapat diambil saran berikut:

1. Pada aspek variabel harga, disarankan agar toko sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang memilih pemasok atau distributor yang menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya, serta melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk memungkinkan penjualan dengan harga yang lebih kompetitif.
2. Pada variabel ketersediaan produk, toko sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang, mendapatkan nilai terendah dari indikator lainnya, untuk itu sebaiknya pemilik melengkapi produk yang dijual dengan cara melakukan pengecekan produk setiap hari atau beberapa hari sekali agar setiap produk yang sudah biasa dibeli oleh konsumen selalu tersedia. Toko sembako Sheza Jaya Sentosa disarankan mencari atau bekerjasama dengan distributor lebih banyak lagi agar produk yang diinginkan konsumen tersedia dan terpenuhi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achjar, Ns Komang Ayu Henny. dkk. 2024. *Metodologi Penulisan Karya Ilmiah*. Cetakan Pertama. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bangsawan, Arubina. dkk. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorser Iklan Televisi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mustika Ratu Di Muara Enim*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 5 No. 2, hal. 19 - 28
- Deni, Muhammad. 2022. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Granat Mas Aziz (Cabang Bukit Palembang)*. Jurnal Majalah Ilmiah Manajemen. ISSN Print: 2089-2330. ISSN Online: 2987-2022. Vol. 11 No. 1, hal. 45 - 56, 2022 <https://doi.org/10.58437/mim.v11i1>
- Fatmah. dkk. 2024. *UMKM & Kewirausahaan (Panduan Praktis)*. Cetakan Pertama. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Zein. dkk. 2022. *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Di Palembang Square Kota Palembang*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 5 No. 2, hal. 94 - 111
- Haro, Andrian. dkk. 2024. *Marketing Management: Prinsip, Perspektif, dan Implementasi*. Cetakan Pertama. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia
- Kotler, P., & Keller. K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2017. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Pebrianti, Tutik. 2022. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Paket Internet Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sjakhyakirti Palembang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI) e-ISSN 2621-4695, p-ISSN: 2620-7443. Vol. 5 No. 1. hal. 190-199. Juni 2022. DOI: <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.496>
- \_\_\_\_\_. 2022. *Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Warung Bakso Solo Macan Lindungan Palembang*. Jurnal Majalah Ilmiah Manajemen. ISSN Print: 2089-2330. ISSN Online: 2987-2022. Vol. 11 No. 1, hal. 9-25, 2022 <https://doi.org/10.58437/mim.v11i1>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. *Service, Quality Dan Satisfaction*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Umiyati, Hesti. dkk. 2024. *Prinsip Pemasaran Untuk Era Digital*. Cetakan Pertama. Bandung: Widina Media Utama.