

# Pengaruh *Product Quality* Dan *Price Fairness* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery Pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar

Ni Komang Trisna Sudiastari <sup>(1)</sup>  
Putu Sri Hartati <sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
Email : trisnabandem@gmail.com

Diterima: 28 Agustus 2021	Direvisi: 29 Agustus 2021	Disetujui: 30 Agustus 2021
---------------------------	---------------------------	----------------------------

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price fairness on the purchasing decisions of Jordan Bakery resellers at PT. Nusa Kahyangan Asri in Ketewel, Sukawati, Gianyar. This research uses quantitative research. The sample used was 83 respondents. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. Based on the results of hypothesis testing, it was found that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on Reseller Purchase Decisions; (2) Price Fairness has a positive and significant effect on Reseller Purchase Decisions; (3) Product Quality and Price Fairness have a positive and significant effect on Reseller Purchase Decisions. Suggestions that can be given to PT. Nusa Kahyangan Asri in Ketewel, Sukawati, Gianyar in improving reseller purchasing decisions, namely: it is expected to improve or improve marketing strategies in influencing or increasing reseller repurchase interest, offering unique and different flavor variants from products that have been circulating in the market, improving quality product so that there is conformity with the price offered so that it is in line with the expectations of the reseller.*

**Keywords:** *Product Quality; Price Fairness; Purchasing Decisions.*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *product quality* dan *price fairness* terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar. Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 83 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa: (1) *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*; (2) *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*; (3) *Product Quality* dan *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*. Saran yang dapat diberikan kepada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar dalam meningkatkan keputusan pembelian *reseller* yaitu: diharapkan untuk memperbaiki maupun meningkatkan strategi pemasaran dalam mempengaruhi ataupun meningkatkan minat beli ulang *reseller*, menawarkan varian rasa yang unik dan berbeda dari produk-produk yang telah beredar dipasaran, meningkatkan kualitas produk agar terdapat kesesuaian dengan harga yang ditawarkan sehingga sesuai dengan harapan *reseller*.

**Kata Kunci:** *Product Quality; Price Fairness; Keputusan Pembelian.*

---

## Pendahuluan

Industri Bakery khususnya di Indonesia pada beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yang ditandai dengan kebutuhan dalam mengkonsumsi bakery di kalangan masyarakat yang meningkat sehingga bisnis pada industri bakery juga berkembang pesat. Ketatnya persaingan pada industri bakery menyebabkan pelaku usaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempengaruhi calon konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian.

Keputusan pembelian mengacu pada sebuah proses dimana keadaan konsumen berupaya mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengidentifikasi secara baik masing-masing alternatif pilihan dari berbagai macam merek atau produk tersebut untuk dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada tindakan pengambilan keputusan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak (Tjiptono, 2014). Dalam proses pengambilan keputusan pembelian pada umumnya hal utama yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah produk adalah dengan melihat kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Wibowo, 2016).

*Product quality* dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang berhubungan dengan tingkat mutu sebuah produk yang dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Nasution, 2005). Sedangkan *price fairness* mengacu pada strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan dengan menetapkan kebijakan harga yang wajar dan dapat diterima oleh konsumen sehingga pandangan konsumen terhadap harga yang ditetapkan pada merek tertentu sebagai ciri dari produk tersebut (Consuegra *et al.*, 2007).

PT. Nusa Kahyangan Asri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang usaha produksi, distribusi dan penjualan berbagai macam roti. PT. Nusa Kahyangan Asri juga tidak terlepas dari persaingan yang semakin tajam karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Oleh karena itu dalam melaksanakan aktivitas penjualan PT. Nusa Kahyangan Asri selalu merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara menciptakan produk yang berkualitas dan menawarkan kewajaran harga untuk meningkatkan pembelian *reseller* produk Jordan Bakery.

PT. Nusa Kahyangan Asri berhasil mendistribusikan produknya baik ke pasar modern maupun pasar tradisional yang ada di wilayah Bali namun karena adanya pandemi Covid-19 sudah pasti berdampak terhadap pada penjualan PT. Nusa Kahyangan Asri dan tidak efektifnya pemasaran yang dilakukan oleh PT. Nusa Kahyangan Asri dimana mengharuskan PT. Nusa

Kahyangan Asri merumahkan karyawannya selama beberapa waktu sehingga proses pemasaran tidak berjalan efektif. PT.

Berikut adalah data perkembangan *reseller* Jordan bakery periode tahun 2018 hingga 2020 dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Data Reseller Jordan Bakery periode Tahun 2018-2020**

Tahun	Jumlah <i>Reseller</i> Jordan bakery (orang)
2018	493
2019	527
2020	472

Sumber: PT. Nusa Kahyangan Asri, (2021)

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan pertumbuhan sekaligus penurunan jumlah *reseller* Jordan bakery dimana pada tahun 2018 jumlah *reseller* sebanyak 493 *reseller* sementara pada tahun 2019 meningkat menjadi 527 *reseller* sedangkan pada tahun 2020 terjadi penurunan *reseller* menjadi 472. Terjadinya penurunan *reseller* pada tahun 2020 diduga disebabkan karena pandemi covid-19 sehingga berkurangnya daya beli masyarakat yang berdampak pada penurunan jumlah *reseller* disertai banyaknya kompetitor yang menjual produk sejenis sehingga persaingan semakin ketat yang juga menjadi pemicu penurunan *reseller* pada tahun 2020

Selain itu PT. Nusa Kahyangan Asri yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang usaha produksi, distribusi dan penjualan berbagai macam roti juga belum mampu mengatasi permasalahan terkait penjualan produk selama periode 2020 yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Penjualan Roti Jordan Tahun 2020**

Bulan	Sisir Mentega(pcs)	Coklat (pcs)	Kiwi (pcs)	Total produk yang terjual (pcs)
Januari	699.838	1.203.904	1.009.431	2.913.173
Februari	792.101	1.049.838	1.018.689	2.860.628
Maret	895.204	1.009.784	960.231	2.865.219
April	901.181	1.086.818	965.244	2.953.243
Mei	864.543	1.177.491	811.582	2.853.616
Juni	860.942	1.104.355	1.045.304	3.010.601
Juli	987.585	1.050.621	1.023.547	3.061.753
Agustus	844.759	1.114.523	928.015	2.887.297
September	782.792	1.126.883	888.711	2.798.386
Oktober	700.511	985.503	979.346	2.665.360
November	893.225	876.611	908.187	2.678.023
Desember	851.270	842.896	836.511	2.530.677
<b>Total</b>	<b>10.073.951</b>	<b>10.569.227</b>	<b>11.374.798</b>	<b>32.017.976</b>

Sumber : PT. Nusa Kahyangan Asri, (2021)

Berdasarkan tabel 2, total penjualan Jordan Bakery pada periode tahun 2020 cenderung tidak stabil. Berdasarkan wawancara penulis dengan *Branch Manager* PT. Nusa Kahyangan Asri

---

menyatakan bahwa penjualan Jordan Bakery mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan ini diduga karena kurangnya jumlah pemasok bahan baku dimana faktor kurangnya pemasok bahan baku ini menyebabkan kualitas produk yang ditawarkan oleh PT. Nusa Kahyangan Asri menurun akibat dari bergantinya pemasok bahan baku produk dengan kualitas yang lebih rendah.

Dengan adanya persaingan yang terjadi antar para penjual produk sejenis yang menjadi kompetitornya dan *trend* terbaru yang sedang marak di kalangan pecinta roti, yaitu adanya beberapa publik figur ternama di Indonesia yang berbondong-bondong membuat bisnis roti menimbulkan sebuah kompetisi akan strategi yang tepat untuk meraih pangsa pasar terbesar. Faktor-faktor seperti inilah yang dapat menyebabkan *reseller* beralih ke toko roti lainnya lain yang mempunyai kelebihan dibandingkan toko sebelumnya.

Strategi yang diterapkan PT. Nusa Kahyangan Asri dalam mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut salah satunya dengan melakukan penetapan harga jual produk menggunakan pendekatan harga jual dengan melihat dari harga di pasar atau yang biasa disebut *target pricing* sementara itu dalam memproduksi produk, PT. Nusa Kahyangan Asri hanya menggunakan bahan-bahan berkualitas premium atau bermutu tinggi mulai dari penggunaan bahan baku dan bahan pembantu roti tersebut. Bahan baku yang digunakan untuk produksi roti ini di datangkan dari *suplayer* yang sudah memiliki sertifikat dari lembaga-lembaga pemerintah Indonesia. Selain bahan baku yang baik, proses pembuatan roti dan mesin peralatan juga sangat diperhatikan agar roti mempunyai kulit dan mutu yang tinggi dan tidak mengecewakan calon konsumen.

Namun pada periode tahun 2020 terdapat kesalahan dalam pemilihan bahan baku yang tidak sesuai standar, hal ini terjadi karena bahan baku utama pada Jordan Bakery habis dan *stock* di *suplayer* kosong, sehingga perusahaan menggunakan bahan baku pengganti untuk produksi Jordan Bakery. Setelah mengganti bahan baku utama Jordan Bakery mengalami penurunan kualitas produk. Dimana daya ketahanan produk mengalami perubahan, yang menyebabkan roti menjadi lembab dan mudah jamur.

Berdasarkan teori yang ada, hasil observasi dan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya maka dalam meningkatkan *product quality* dan menerapkan *price fairness* dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* dan *Price Fairness* terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery Pada PT. Nusa Kahyangan Asri, Ketewel, Sukawati Gianyar.

---

Kajian teori terkait dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai proses penetapan keputusan dalam menentukan apakah akan melakukan pembelian dengan mempertimbangkan hal-hal seperti kualitas produk, harga produk, lokasi, promosi dan hal lainnya (Alma, 2013). Menurut Kotler, (2012) disiplin kerja dapat diukur melalui 4 (empat) indikator sebagai berikut: 1) Kemantapan pada sebuah produk; 2) Kebiasaan dalam membeli produk; 3) Memberikan rekomendasi pada orang lain; 4) Melakukan pembelian ulang.

*Product quality* dapat didefinisikan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik suatu produk yang dapat mempengaruhi dan memuaskan konsumen (Irawan *et al.*, 2013). *Product quality* dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: 1) Warna; 2) Penampilan; 3) Porsi; 4) Bentuk; 5) Temperatur; 6) Tekstur; 7) Aroma; 8) Tingkat kematangan; 9) Rasa (West, 2007)

*Price fairness* dapat didefinisikan sebagai pandangan atau penilaian konsumen terhadap bagaimana proses suatu perusahaan dalam menetapkan dan menawarkan harga produk dapat diterima dan pastinya dalam suatu kewajaran dalam arti lain masuk akal (Amryyanti, 2013). *Price fairness* dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: 1) Keterjangkauan harga; 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk; 3) Kesesuaian harga dengan merek; 4) Kepuasan harga (Dhurup, 2014).

Berdasarkan kajian teori yang relevan maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*

Pada saat konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian, kualitas produk merupakan hal yang menjadi pertimbangan utama konsumen dimana konsumen dalam melakukan keputusan pembelian selalu mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dari produk yang akan dibeli. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak suatu produk

Hal tersebut didukung dengan adanya temuan bahwa pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan oleh Oktavenia dan Ardani (2018); Revita *et al.*, (2018); Saputra dan Hidayat (2017); Putra *et al.*, (2017); Pratami *et al.*, (2020); Kumala dan Anwar (2020); Pangestu dan Darmawan (2017); Astuti *et al.*, (2019); Yanto (2018) yang menggambarkan bahwa jika suatu perusahaan menawarkan produk yang berkualitas maka akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian. Dari uraian tersebut, hipotesis pertama yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

---

H1 : Diduga *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

## 2. Pengaruh *Price Fairness* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*

Harga ditekankan sebagai suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan ketika *reseller* mengevaluasi nilai produk yang diperoleh, *reseller* juga memikirkan harga dari produk yang diperoleh tersebut. Pentingnya menetapkan harga yang wajar untuk mendapatkan keuntungan dalam suatu perusahaan, karena penetapan harga tersebut akan berdampak terhadap keputusan pembelian *reseller*. *Price fairness* berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan manajerial terhadap harga yang akan dikeluarkan, dan harga tersebut bisa diterima oleh *reseller* dan menjadi referensi harga untuk melakukan pembelian.

Hal tersebut didukung dengan adanya temuan bahwa pengaruh *price fairness* terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan oleh Wahyuni (2020) yang menggambarkan bahwa jika suatu perusahaan dapat menawarkan kewajaran harga sesuai dengan penilaian konsumen maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dari uraian tersebut, hipotesis kedua yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Diduga *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

## 3. Pengaruh *Product Quality* dan *Price Fairness* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller*

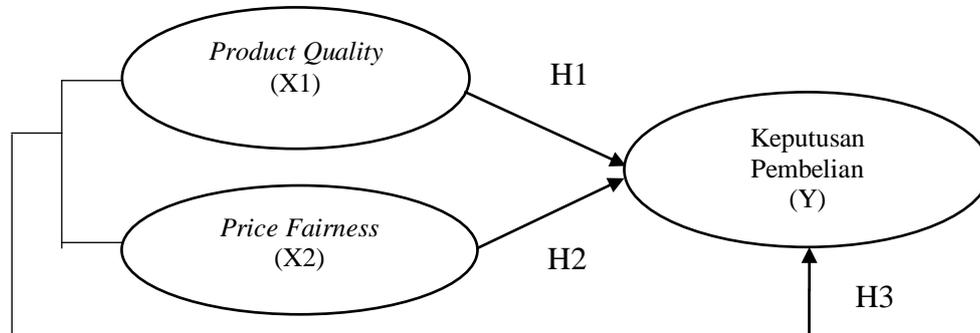
Antara *product quality*, *price fairness* dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat dimana dapat ditunjukkan dengan tingkat keputusan pembelian tergantung pada faktor kualitas produk dan kewajaran harga yang ditawarkan suatu perusahaan. Pada umumnya, konsumen cenderung mempertimbangkan hubungan antara kualitas produk, kewajaran harga dan harapan mereka tentang capaian dari produk yang ingin dibeli.

Hal tersebut didukung dengan adanya temuan bahwa pengaruh *product quality* dan *price fairness* terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan oleh Gummelar (2018) yang menyatakan bahwa *product quality* dan *price fairness* merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Dari uraian tersebut, hipotesis ketiga yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H3 : Diduga *Product Quality* dan *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

## Metode Penelitian

Berdasarkan uraian hipotesis, kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber: Gummelar (2018)

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Lokasi atau tempat penelitian dilaksanakan di PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar, yang beralamat di Br. Luglug Ketewel Sukawati Gianyar, Bali. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner terhadap *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri dimana yang diambil sebagai sampel sebanyak 83 *reseller*. Obyek dari penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, *Product Quality* dan *Price Fairness*. Teknik pengambilan sample adalah data primer dengan skala likert dan teknik penskalaan menggunakan *simple random sampling* dengan skor 1 s/d 5. Untuk pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas, sementara uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedasisitas. Sedangkan untuk analisa data menggunakan model regresi linear berganda dengan menggunakan alat *SPSS 22.0*.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian instrumen menggunakan uji validitas, maka semua item pernyataan variabel keputusan pembelian, *product quality* dan *price fairness* dapat dinyatakan valid memiliki nilai  $r$  (korelasi) lebih dari ( $>$ ) 0,3. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini adalah telah memenuhi uji validitas. Tahap selanjutnya adalah pengujian reliabilitas. Setelah melalui perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS 22* diketahui bahwa ketiga variabel yaitu keputusan pembelian, *product quality* dan *price fairness* adalah reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

Uji asumsi klasik terdiri atas tiga tahap yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode

*Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai signifikansi sebesar 0,141 > tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05. Selanjutnya adalah uji multikolinearitas, dimana melalui hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa data terbebas dari multikolinearitas karena memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10. Kemudian uji berikutnya adalah uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser. Melalui pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansinya (*p-value*) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel *product quality* dan *price fairness* terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *product quality* dan *price fairness* terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian menggunakan model regresi berganda dengan menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistic 22.0*.

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	5,088	1,667		3,053	,003
	PRODUCT QUALITY	,351	,133	,326	2,629	,010
	PRICE FAIRNESS	,341	,119	,354	2,859	,005

a. Dependent Variable: keputusan\_pembelian

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai konstanta  $\alpha$  sebesar 5,088 dan koefisien regresi  $b_1 = 0,351$ ;  $b_2 = 0,341$ . Nilai konstanta dan koefisien regresi ini dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = 5,088 + 0,351X_1 + 0,341X_2 + e \dots \dots \dots (2)$$

Tahap selanjutnya peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil uji masing-masing hipotesis tersebut dijelaskan berikut ini :

**Tabel 4. Hasil Uji t**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3,053	,003
PRODUCT QUALITY	2,629	,010
PRICE FAIRNESS	2,859	,005

Sumber: data diolah, 2021

---

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery Pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan t-hitung sebesar  $2,629 > 1,658$  dan nilai signifikan sebesar  $0.010 <$  dari 5 % atau 0,05. Hal tersebut dinilai dari masing-masing indikator *product quality* seperti: 1) Warna; 2) Penampilan; 3) Porsi; 4) Bentuk; 5) Temperatur; 6) Tekstur; 7) Aroma; 8) Tingkat kematangan; 9) Rasa. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat dinyatakan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk Jordan Bakery, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan *reseller* terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian *reseller*. Hasil tersebut sejalan atau mendukung dengan hasil penelitian terdahulu oleh Arianto (2020); Andis (2019); Marpaung dan Mekaniwati (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

2. Pengaruh *Price Fairness* Terhadap Keputusan Pembelian *Reseller* Jordan Bakery Pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan t-hitung sebesar  $2,859 > 1,658$  dan nilai signifikan sebesar  $0.005 <$  dari 5 % atau 0,05. Hal tersebut dinilai dari masing-masing indikator *price fairness* seperti: 1) Keterjangkauan harga; 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk; 3) Kesesuaian harga dengan merek; 4) Kepuasan harga. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat dinyatakan bahwa *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor penentu *reseller* dalam melakukan keputusan pembelian produk adalah harga yang ditawarkan oleh PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar tergolong wajar dan masuk akal dalam penilaian *reseller*. Ketika menetapkan harga, PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar selalu memperhatikan dan mempertimbangkan persepsi *reseller* terhadap harga dan bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian *reseller*. Hasil tersebut sejalan atau mendukung dengan hasil penelitian terdahulu oleh Wahyuni (2020) yang menyatakan bahwa kewajaran harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

**Tabel 5. Hasil uji F**

Model	ANOVA <sup>b</sup>					
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143,468	2	71,734	26,177	,000(a)
	Residual	219,230	80	2,740		
	Total	362,699	82			

a Predictors: (Constant), PRICE FAIRNESS, PRODUCT QUALITY

b Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5, hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 26,177 dan nilai Sig. 0,000. Nilai Sig. tersebut lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) yang dalam penelitian ini sebesar 5% (0,05) maka H3 diterima dan H0 ditolak.

$$Df1 = K (\text{jumlah variabel keseluruhan}) - 1$$

$$= 3 - 1 = 2$$

$$Df2 = N - k = 83 - 3 = 79$$

Dengan dk pembilang = 2 dan dk penyebut = 92, maka diperoleh F tabel 3,07. Nilai F hitung  $26,177 > F$  tabel 3,07 dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka H0 ditolak dan H3 diterima. Dapat dinyatakan bahwa variabel *product quality* dan *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

Hasil temuan tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian *reseller* tidak hanya mengedepankan aspek *product quality* saja, tetapi proses dan tahapan penetapan *price fairness* juga ikut memberikan kontribusi bagi terciptanya keputusan pembelian *reseller* yang maksimal pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, dapat diambil simpulan sebagai berikut: 1) *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar; 2) *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar; 3) *product quality* dan *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yaitu: 1) Diharapkan PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar dalam meningkatkan keputusan pembelian *reseller* untuk

memperbaiki maupun meningkatkan strategi pemasaran dalam mempengaruhi ataupun meningkatkan minat beli ulang *reseller* seperti halnya konsisten dalam menjaga kualitas produk; 2) Diharapkan PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar dalam meningkatkan *product quality* agar rutin berinovasi dalam mengeluarkan produk-produk terbaru dengan berbagai varian rasa, bentuk dan ukuran yang unik serta berbeda dari produk-produk yang telah beredar dipasaran sehingga nantinya akan menjadi daya tarik produk tersebut dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *reseller*; 3) Diharapkan PT. Nusa Kahyangan Asri di Ketewel, Sukawati, Gianyar dalam meningkatkan *price fairness* untuk mengatur kembali strategi dalam menentukan harga jual produk agar dapat bersaing dengan kompetitor seperti halnya menggunakan strategi atau metode membandingkan harga yang diterapkan oleh competitor

### Daftar Pustaka

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA.
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I.P.G, dan Cahya, K. N. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 22–29.
- Andis, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 25–31.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Astuti, R., Ardila, I., dan Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Consuegra, Martin, D., Molina, A. and Esteban, A. (2007). *The Nature and Consequenses of Price Unfairness in Service: A Comparison to tangible Goods*. *Journal of Produk & Brand Management*, 16(7), 459–468.
- Dhurup, M., Mafini, C dan Dumasi, T. (2014). *The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry*. *Acta Commercii*, 14(1).
- Gummelar, B. D. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Percieved Price Fairness, Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tugu Chocolate Di Kotagede Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(2), 129–136.
- Irawan, D., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., dan Siwalankerto, J. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian* (Angella Anitawati Hermawan (ed.); edisi 9). Prehallindo.
- Kumala, F. O. N., dan Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39.
- Marpaung, B., dan Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di PT. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management* (edisi kedua). Ghalia Indonesia.

- 
- Niluh Kurnia Dewi Pratami, N. D., Triansari, N. T., dan Rahutama Atidira, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31.
- Oktaenia, K. A. R., dan Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemeditasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Pangestu, B. W., dan Darmawan, A. (2017). Analisis Penggunaan Forward Contract Hedging Untuk Menurunkan Risiko Eksposur Transaksi ( Studi pada PT . Unilever Indonesia , Tbk dan PT . Multi bintang Indonesia , Tbk. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 30–39.
- Putra, G., Arifin, Z., dan Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 88103.
- Revita Ela, M. L. D., Frimayasa, A., dan Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Managerial - Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 10–10.
- Saputra, S. T., dan Kadarisman Hidayat, S. (2017). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(6), 85–95.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Andi (ed.)).
- Wahyuni, N. P. L. (2020). Peran Citra Merek Memeditasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlineshop Zalora Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 9(2).
- West, W., dan H. (2007). *Advertising & Promotion. an IMC Perspective*.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja* (Edisi Keli). PT.Rajagrafindo Persada.
- Yanto, A. F. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Seluler Indosat. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 30–38.