



## Pengaruh kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi Covid-19

Andri Yansah<sup>1</sup>, Nisa' Ulul Mafra<sup>1</sup>, Erfan Robyardi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Palembang, Palembang, Indonesia

### Abstract

*This study aims to determine (1) the effect of price increases on purchasing decisions, (2) the effect of soybean quality on purchasing decisions, (3) the effect of price increases and soybean quality on soybean purchasing decisions during the COVID-19 pandemic at the morning market in Gunung Batu Village. Sampling using saturated samples. Research data obtained by distributing questionnaires about price increases, soybean quality and purchasing decisions to 30 respondents who are tofu-tempe traders. Data analysis techniques used in this study are multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, correlation coefficient test and hypothesis testing. The results of this study, namely the t test, the results showed that the variable price increase and soybean quality partially had a significant influence on soybean purchasing decisions during the Covid-19 pandemic at the morning market in Gunung Batu Village, the F test obtained results, namely the variable price increase and soybean quality. Simultaneously there was a significant influence on soybean purchasing decisions during the Covid-19 pandemic at the Gunung Batu Village morning market.*

**Keywords:** Price increase, soybean quality, purchase decision

**How to cite:** Yansah, A., Mafra, N. U. & Robyardi, E. (2021). Pengaruh kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 3 (3), 111-117. <http://dx.doi.org/10.24036/jkmw02119160>



*This is an open access article distributed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International License, which allows others to remix, tweak, and build upon the work non-commercially as long as the original work is properly cited. © 2021 by the author.*

\* Corresponding author: [andri@ecampus.ut.ac.id](mailto:andri@ecampus.ut.ac.id)

## PENDAHULUAN

Seorang pemasar harus melihat atau mempertimbangkan hal-hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan membuat suatu ketetapan konsumen membuat keputusan pembeliannya. Salah satu faktor dari keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Ruhamak (2016) sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya disebut dengan harga. Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk menukarkan produk atau jasa yang dilakukan oleh pelanggan.

Menurut Riyono & Budiharjo (2016) pengambilan keputusan dalam menetapkan harga produk yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual dipasaran. Semakin tinggi harga maka semakin rendah permintaan terhadap suatu produk. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu pengaruh dari keputusan pembelian. Semakin tinggi harga maka semakin rendah keputusan pembelian dan sebaliknya semakin rendah harga semakin tinggi keputusan pembelian.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Afnina & Hastuti (2018) kualitas produk merupakan kualitas yang meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Menurut Boediono dkk (2018) karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi kualitas suatu produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan diambil oleh konsumen.

Kedelai merupakan sumber protein nabati bagi sebagian besar penduduk yang ada di Indonesia. Kedelai juga digunakan sebagai bahan baku utama dalam proses pembuatan tahu, tempe, kecap dan lain sebagainya. Dilihat dari harganya yang murah serta bergizi tahu dan tempe menjadi incaran hampir seluruh masyarakat Indonesia mulai dari golongan perekonomiannya rendah sampai perekonomian yang tinggi. Hal tersebut dapat mengakibatkan meningkatnya produksi makanan yang berbahan baku kedelai. Namun tingginya permintaan kedelai tidak dapat diimbangi dengan meningkatnya produksi kedelai di dalam negeri Ningsih (2017).

Pada tahun 2020, total produksi dalam negeri hanya mencapai 57.235 ton. Jumlah tersebut tentu tidak sesuai dengan kebutuhan konsumsi kedelai negeri yang mencapai 447.910 ton dengan defisit 390.677 ton yang harus dipenuhi dari impor Disperindag (2020). Badan pusat statistik mencatat, dari bulan Januari-oktober 2020 impor kedelai mengalami penurunan sebesar 10,31 persen dibanding periode yang sama ditahun 2019 Disperindag (2020).

Akhir-akhir ini Indonesia digencarkan dengan wabah penyakit yang dinamakan Virus Corona (Covid-19) yang menyebabkan banyak sekali dampak negatif bagi kehidupan. Salah satu dampak negatif dari Covid-19 yaitu kenaikan harga kedelai. Harga kedelai di pasaran akibat dari Covid-19 ini meroket hingga 50% yakni mencapai kisaran harga kurang lebih Rp. 9.000/ Kg. Hal ini dapat menyebabkan para produsen Tahu dan Tempe menjadi kesulitan dalam memproduksi Tahu dan Tempe karena harga bahan baku pembuatannya sangat melonjak jauh dari biasanya.

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu pedagang Tahu dan Tempe di Pasar Pagi Desa Gunung Batu, Kecamatan Cempaka, Kabupaten Oku Timur Sumatera Selatan, dapat diambil informasi bahwa harga kedelai meroket yakni dengan harga Rp. 9.300/ Kg. Sehingga menyebabkan beberapa pedagang di Pasar Pagi Gunung Batu mengambil keputusan untuk mogok berjualan. Keputusan ini diambil dengan harapan agar harga kedelai berubah menjadi normal seperti harga sebelumnya, namun yang terjadi melainkan harga kedelai diprediksikan melonjak hingga harga Rp. 10.000/ Kg. Hal ini menyebabkan Tahu dan Tempe yang beredar di pasaran semakin sedikit. Kenaikan harga kedelai ini sangat berpengaruh terhadap produksi Tahu dan Tempe, meskipun harga kedelai mahal para pedagang di Pasar Pagi Desa Gunung Batu tidakbisa menaikkan harga Tahu dan Tempe karena takut jika Tahu dan Tempe tidak laku dipasaran.

Dari berbagai masalah tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kenaikan Harga Dan Kualitas Kedelai Terhadap Keputusan Pembelian Kedelai Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Pasar Pagi Desa Gunung Batu “.

## **Harga**

Menurut Budianto (2015:257) harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Bagi perusahaan, Harga bakal memberikan hasil dengan melahirkan pendapatan. Selain itu harga juga dapat kita sebut sebagai jumlah yang akan dibayarkan oleh pembeli untuk suatu barang atau jasa. Sedangkan bagi penjual, harga bisa diartikan sebagai nilai yang diminta untuk barang yang ditawarkan kepada si konsumen. Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah satuan uang atau bentuk lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak memiliki atau penggunaan barang atau jasa. Selanjutnya menurut Tjiptono (2015:298) indikator harga yaitu: Keterjangkauan suatu harga, Kesesuaian harga dan kualitas produk, Daya saing suatu harga, Kesesuaian harga dan manfaat produk, Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

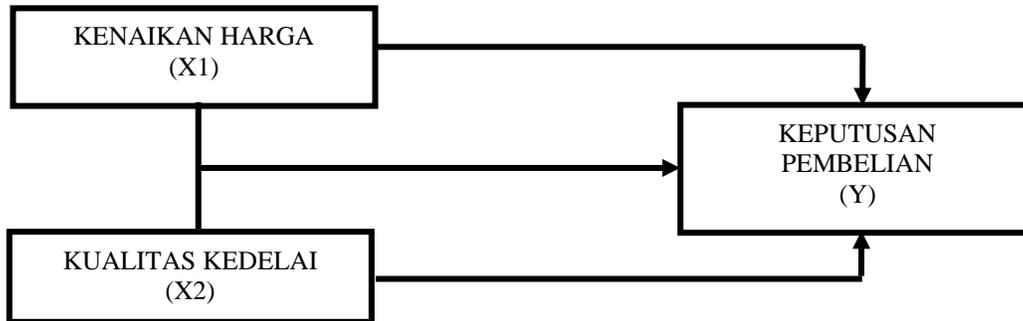
## **Kualitas Produk**

Menurut Sudaryono (2016:207) kualitas produk merupakan kehandalan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari yang diinginkan seorang pelanggan sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut Suharno & Sutarmo (2011:140) kualitas produk adalah senjata strategis yang menguntungkan untuk mengalahkan pesaing. Semakin berkualitaskannya produk yang terdapat dalam suatu produk maka semakin memancing konsumen untuk melakukan pembelian. Jika dalam suatu produk terdapat kualitas yang sudah terjamin nilai bobot nya, memiliki manfaat yang lebih maka konsumen tidak akan melirik produk lain dan bakal tetap membeli yang sudah terjamin kualitasnya. Adapun indikator kualitas produk menurut Tjiptono & Chandra (2016:215) indikator kualitas produk yaitu: warna, bentuk, ukuran, tekstur, aroma, penampilan, rasa, temperatur, tingkat kematangan.

Menurut Tjiptono (2015:55) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenali masalahnya, mencari tahu mengenai produk atau merek dan menilai seberapa baik masing-masing opsi tersebut untuk menyelesaikan masalahnya. Menurut Budianto (2015:59) keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu ilmu tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, memakai, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Adapun

yang menjadi indicator keputusan pembelian Menurut Suharno & Sutarso (2011:95): Kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum pembelian, perilaku waktu pemakaian, perilaku sesudah pembelian.

Berdasarkan Tujuan penelitian, teori harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan penelitian terdahulu diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini disebut metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:7) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, instrumen penelitian digunakan dalam proses pengumpulan data, sedangkan analisis data bersifat statistik atau kuantitatif dengan tujuan agar dapat menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi yang menjadi narasumber dalam penelitian ini yaitu pedagang Tahu-Tempe di Pasar Pagi Gunung Batu yang jumlahnya mencapai 30 orang. Dalam penelitian ini, penarikan sampel menggunakan Sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Adapun Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2018:192) menjelaskan bahwa analisis regresi linier berganda adalah model analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer didapatkan melalui penyebaran kuisioner. Sebelum kuisioner disebarkan untuk mengumpulkan respon dari responden, maka dilakukan uji instrument berupa Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument.

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (X), yaitu kenaikan harga, yang dijelaskan oleh 10 item pertanyaan, kemudian kualitas kedelai yang dijelaskan oleh 18 item pernyataan. Terakhir terdapat 1 variabel terikat (Y) yaitu; Keputusan pembelian, yang dijelaskan oleh 10 item pernyataan. Dimana uji validitas dilakukan dengan menggunakan Pearson Correlation.

Maka berdasarkan kepada hasil Pearson Correlation untuk seluruh item pernyataan dari seluruh variable menunjukkan nilai Pearson Correlation  $< 0,05$  berarti seluruh butir pertanyaan/pernyataan dapat dikatakan valid. Dari hal ini dapat diartikan butir yang menjelaskan indikator variabel keputusan pembelian, kenaikan harga dan kualitas kedelai telah sah untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Selanjutnya uji reliabilitas variable di hitung dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan program SPSS Versi 23 yaitu dengan membandingkan koefisien ( $\alpha$ ) 0,60, dengan ketentuan jika koefisien ( $\alpha$ ) Cronbach  $\geq 0,60$ . Dari hasil uji reliabilitas terlihat, bahwa ketiga variabel memiliki nilai chronbach's alpha lebih dari 0,6. Maka indikator variabel dinyatakan reliabel.

**Uji asumsi klasik****Uji normalitas****Tabel 1. Uji normalitas**

|                                  |                | Unstandardized Residual |                     |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|---------------------|
|                                  | N              |                         | 30                  |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           |                         | .0000000            |
|                                  | Std. Deviation |                         | 1.70580114          |
|                                  | Absolute       |                         | .078                |
| Most Extreme Differences         | Positive       |                         | .073                |
|                                  | Negative       |                         | -.078               |
|                                  | Test Statistic |                         | .078                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                |                         | .200 <sup>c,d</sup> |

Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

**Uji heteroskedastisitas****Tabel 2. Uji heteroskedastisitas**

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)     | 3.044                       | 1.521      |                           | 2.000  | .056 |
| Kenaikan Harga   | -.110                       | .071       | -.528                     | -1.540 | .135 |
| Kualitas Kedelai | .035                        | .041       | .291                      | .849   | .403 |

Tabel 2 terlihat bahwa nilai signifikan kedua variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**Uji multikolinearitas****Tabel 3. Uji multikolinearitas**

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Collinearity Statistics |       |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------------------|-------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)     | 7.754                       | 2.849      |                           |                         |       |
| Kenaikan Harga   | -.752                       | .134       | -.750                     | .282                    | 3.543 |
| Kualitas Kedelai | .850                        | .077       | 1.475                     | .282                    | 3.543 |

Tabel 3 dapat diketahui nilai *tolerance* variabel yaitu variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai (X) adalah 0,282 berarti lebih dari 0,10 dan nilai VIF adalah 3,543 berarti kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

**Analisis regresi linier berganda**

**Tabel 4. Analisis regresi linier berganda**

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1     | (Constant)       | 7.754                       | 2.849      |                           |
|       | Kenaikan Harga   | -.752                       | .134       | -.750                     |
|       | Kualitas Kedelai | .850                        | .077       | 1.475                     |

Tabel 4 hasil analisis regresi dapat dijelaskan, nilai a sebesar 7.754 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel kenaikan harga (X1) dan kualitas kedelai (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan pembelian tidak mengalami perubahan. Nilai  $b_1$  sebesar  $-0,752$  menunjukkan bahwa variabel kenaikan harga mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kenaikan harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar  $-0,752$ , atau sebaliknya. Nilai  $b_2$  sebesar  $0,850$  menunjukkan bahwa variabel kualitas kedelai mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas kedelai maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar  $0,850$ , atau sebaliknya.

#### e. Uji koefisien determinasi

**Tabel 5. Uji koefisien determinasi**

| Model | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .864     | .854              | 1.768                      |

Tabel 5 menjelaskan persamaan koefisien determinasi sebagai berikut:  $KD = R^2 \times 100\%$ ,  $KD = 0,864 \times 100\%$ ,  $KD = 86,4\%$

Hasil dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai KD adalah  $86,4\%$ . Artinya bahwa besarnya pengaruh kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $86,4\%$ .

#### Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi**

| Model | R                 | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .930 <sup>a</sup> | .854              | 1.768                      |

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai korelasi variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai (X) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,930$ . Artinya hubungan yang diberikan oleh variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai (X) terhadap keputusan pembelian (Y) sangat kuat dan positif.

#### Uji hipotesis

##### Uji t (Parsial)

**Tabel 7. Uji t (parsial)**

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)       | 7.754                       | 2.849      |                           | 2.722  | .011 |
|       | Kenaikan Harga   | -.752                       | .134       | -.750                     | -5.614 | .000 |
|       | Kualitas Kedelai | .850                        | .077       | 1.475                     | 11.045 | .000 |

Tabel 7 menunjukkan hasil nilai signifikan sebagai berikut: variabel kenaikan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel kualitas kedelai (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas kedelai secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### Uji F (Simultan)

**Tabel 8. Uji F (simultan)**

|   | Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 536.417        | 2  | 268.209     | 85.819 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 84.383         | 27 | 3.125       |        |                   |
|   | Total      | 620.800        | 29 |             |        |                   |

Tabel 8 hasil menunjukkan nilai signifikan antara variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (kenaikan harga dan kualitas kedelai) secara simultan ada pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh kenaikan harga terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu**

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan variabel kenaikan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Seorang konsumen mengidentifikasi harga terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian dan harga pun selalu menjadi patokan utama bagi seorang konsumen dalam melakukan pembelian atau tidak. Semakin terjangkau suatu harga maka keputusan pembelian kedelai di pasar pagi Desa Gunung Batu akan meningkat, begitupun sebaliknya jika suatu harga mengalami kenaikan maka keputusan pembelian kedelai di pasar pagi Desa Gunung Batu akan menurun. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dikembangkan oleh Kurniawan (2020), Joshua & Padmalia (2016), Kristian & Widayanti (2016) yang mendukung bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu**

Hasil uji t menunjukkan variabel kualitas kedelai (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas kedelai secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk diciptakan dengan tetap memperhatikan tujuan yaitu memuaskan dan mengutamakan kebutuhan atau keinginan konsumen. Begitupun dengan Kualitas kedelai, kualitas kedelai merupakan tanggung jawab besar bagi seorang pedagang tahu tempe, untuk menjaga keunggulan produknya. Semakin bagus kualitas kedelai maka produk yang dihasilkanpun akan sangatlah baik dan berkualitas. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dikembangkan oleh Kamalita (2021) yang mengatakan bahwa Kualitas Kedelai secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi Covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu**

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikan variabel Kenaikan Harga dan Kualitas Kedelai (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  atau kurang dari 0,05 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (kenaikan harga dan kualitas kedelai) secara simultan ada pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Diketahui nilai koefisien korelasi (R) secara keseluruhan sebesar 0,930 atau 93,0% yang berarti hubungan antara variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu dapat disimpulkan memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) secara keseluruhan sebesar 0,864 dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kenaikan harga dan kualitas kedelai terhadap keputusan pembelian kedelai di masa pandemi covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu adalah 86,4%. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Igir, Tampi & Taroreh (2018) yang mendukung bahwa kenaikan harga dan kualitas kedelai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji-t atau uji parsial diketahui bahwa; Variabel kenaikan harga (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) kedelai di masa pandemi Covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu. Kemudian Variabel kualitas kedelai (X2) secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) kedelai di masa pandemic Covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu. Terakhir Variabel kenaikan harga dan kualitas kedelai (X) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di masa pandemi Covid-19 pada pasar pagi Desa Gunung Batu.

## REFERENSI

- Afnina, & Hastuti, Y. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Samudra ekonomi dan Bisnis*, 9 (1), 22-23.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen sealantwax. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 92-93.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota bangkalan madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31.
- Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu grand max pick up. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 88-93.
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk aqua. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 101.
- Ruhamak, M. (2016). Analisis faktor yang mempengaruhi konsume dalam pengambilan keputusan pembelian produk air minum merk aqua. *EkoNiKa*, 1(1), 44.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Fatmaningrum, R. S., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 176-177.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 27.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada mahasiswa kampus 1 universitas kristen krida wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 45.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Solo: Pustaka Baru.
- Ningsih, O. (2017). Dampak kenaikan harga kedelai terhadap industri tahu dan tempe di kota pekanbaru. *JOM Fekon*, 4(1), 994-997.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori & implementasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Suharno, & Sutarso, Y. (2011). *Marketing in practice*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: PENERBIT OMBAK.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET