

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Serang Di Desa Japanan, Jombang

Ragil Andri Setiawan¹, Septi Ambar Indraningtia Sukma², Siti Nur Qomariyah³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang

Submitted: 18-06-2026 | Revisions: 27-06-2026 | Published: 27-06 -2026

DOI : 10.32764/jesagri.v1i1.1848

ABSTRACT

This study aimed to analyze the partial and simultaneous effects of price and product quality on the purchasing decisions of Serang rice variety in Japanan Village, Gudo District, Jombang Regency. The study employed a quantitative approach using a descriptive analytical method. A total of 120 respondents were selected through purposive sampling. Data were collected using a structured questionnaire based on a Likert scale and analyzed using multiple linear regression after passing the instrument validity, reliability, and classical assumption tests. The findings indicate that both price and product quality have positive effects on purchasing decisions, both individually and simultaneously. Product quality was identified as the most influential factor affecting consumers' purchasing decisions. Furthermore, the combination of price and product quality was able to explain most of the variation in purchasing decisions, while the remaining variation was influenced by other factors beyond the scope of this study.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision, Serang Rice.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif analisis. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda setelah memenuhi uji instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling dominan dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan pembelian beras varietas Serang, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Beras Varietas Serang.

How to Cite:

Setiawan, R. A., Sukma, S.A.I, Qomariyah, S.N., (2026). Pengaruh Harga dan Kuallitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Beras Serang Di Desa Japanan, Jombang. *JESAgri*, 1(1),15-27. 10.32764/jesagri.v1i1.1848

***Penulis Koresponden:**

Email: ragilandri1@gmail.com



PENDAHULUAN

Beras merupakan komoditas pangan strategis yang menjadi sumber karbohidrat utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Tingginya tingkat konsumsi beras menjadikan komoditas ini memiliki peran penting dalam menjaga ketahanan pangan nasional sekaligus mendorong aktivitas ekonomi di sektor pertanian. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, kebutuhan beras terus meningkat sehingga mendorong persaingan antarproduk beras di pasar (Ariyanti et al., 2024). Menurut data (BPS, 2023) Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi beras per kapita per tahun di Indonesia mencapai 94,9 kg, yang menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap beras sebagai sumber karbohidrat utama. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif dalam menentukan pilihan pembelian berdasarkan karakteristik produk yang ditawarkan.

Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan produk, tetapi juga mengevaluasi atribut yang melekat pada produk tersebut. Dua faktor yang sering menjadi dasar pertimbangan adalah harga dan kualitas produk. Harga dipandang sebagai sejumlah nilai yang harus dikorbankan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk, sedangkan kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Armstrong & Kotler, 2018). Kombinasi antara harga yang sesuai dan kualitas produk yang baik akan membentuk persepsi nilai (*perceived value*) sehingga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Pada komoditas pangan seperti beras, kualitas produk memiliki arti yang sangat penting karena berkaitan dengan karakteristik fisik maupun mutu konsumsi. Konsumen umumnya menilai kualitas beras berdasarkan tingkat kebersihan, warna, aroma, tekstur nasi setelah dimasak, serta daya simpan produk. Beras varietas Serang dikenal memiliki tekstur nasi yang pulen dan karakteristik fisik yang sesuai dengan preferensi sebagian besar masyarakat, sehingga menjadi salah satu varietas yang banyak diminati. Namun demikian, kualitas produk yang baik sering kali diikuti oleh harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis, sehingga konsumen perlu melakukan pertimbangan sebelum memutuskan pembelian (Armstrong & Kotler, 2018).

Di sisi lain, harga beras di pasar cenderung mengalami perubahan mengikuti kondisi produksi, distribusi, maupun kebijakan pemerintah. Fluktuasi harga tersebut dapat memengaruhi perilaku konsumen, terutama pada masyarakat pedesaan yang memiliki tingkat sensitivitas tinggi terhadap perubahan harga kebutuhan pokok. Ketika harga meningkat, konsumen akan mengevaluasi kembali apakah kualitas yang diperoleh masih sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat harga, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang diterimanya (Nurindra et al., 2024)

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian beras, meskipun tingkat pengaruh masing-masing variabel berbeda. Penelitian (Winasis et al., 2022) menemukan bahwa kualitas beras memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh secara parsial. Sebaliknya, penelitian (Trisnawati & Subijanto, 2023) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan

terhadap minat beli konsumen. Sementara itu, (Nurarifah & Sukayat, 2023) mengungkapkan bahwa faktor kesehatan, lingkungan, dan sosial ekonomi turut memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli beras organik.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian beras, penelitian yang secara khusus mengkaji beras varietas Serang masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada pasar modern maupun wilayah perkotaan, sehingga belum banyak memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen di wilayah pedesaan yang memiliki karakteristik sosial ekonomi dan preferensi konsumsi yang berbeda. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* mengenai bagaimana harga dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian beras varietas Serang pada masyarakat pedesaan, khususnya di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran agribisnis serta menjadi bahan pertimbangan bagi petani, pelaku usaha, dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing beras lokal sesuai dengan preferensi konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengumpulan data numerik dan analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang bersifat empiris (Sugiyono, 2019). Penelitian asosiatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2), dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai dari April hingga Juni 2025 di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan bahwa wilayah tersebut merupakan salah satu daerah dengan tingkat konsumsi beras yang tinggi serta memiliki karakteristik konsumen yang beragam, sehingga dinilai representatif untuk mengkaji perilaku pembelian beras varietas Serang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), setuju (skor 3), dan sangat setuju (skor 4). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Sistem Informasi Ketersediaan dan Perkembangan Harga Bahan Pokok (Siskaperbapo) Provinsi Jawa Timur, artikel ilmiah, buku referensi, serta berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian.

Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat Desa Japanan yang pernah membeli dan mengonsumsi beras varietas Serang. Teknik pengambilan

sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia 17-70 tahun dan pernah melakukan pembelian beras varietas Serang. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat (Memon et al., 2017) yaitu 5-10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini menggunakan 15 indikator sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden.

Variabel penelitian terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi harga (X_1) dan kualitas produk (X_2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Harga (X_1)	Persepsi konsumen terhadap sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh beras varietas	Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga, transparansi harga
Kualitas Produk (X_2)	Persepsi konsumen terhadap kemampuan prosuk memenuhi kebutuhan dan harapan	Kinerja, fitur, keadaan, kesesuaian, daya tahan
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan konsumen dalam memutuskan membeli beras varietas Serang	Ketertarikan prosuk, pertimbangan membeli, keputusan membeli, frekuensi pembelian, kepuasan

Sumber: (Kotler & Armstrong, 2021)

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian, seluruh butir pernyataan diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan taraf signifikansi 5%, Instrumen dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai koefisien korelasi lebih besar daripada nilai r tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur yang konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistik versi 25. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian beras varietas Serang

A = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

E = Galat (error term)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian secara parsial. Selanjutnya, uji F digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian. Besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dianalisis menggunakan koefisien determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian asumsi klasik juga menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas maupun heteroskedastisitas, sehingga analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang. Persamaan regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa koefisien regresi harga sebesar 0,415 dan kualitas produk sebesar 0,518, yang berarti kedua variabel memiliki arah pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga maupun kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil uji simultan juga menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($F = 334,349$; $p < 0,05$), sedangkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,849 menunjukkan bahwa 84,9% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Instrumen penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Pengujian instrumen dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi 25. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konsep yang ingin diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai koefisien korelasi lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hasil uji validitas terhadap variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Uji Validasi Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Rentang r Hitung	Sig.	Keterangan
Harga (X_1)	10	0,905-0,948	0,000	Valid
Kualitas Produk (X_2)	10	0,853-0,915	0,000	Valid

Variabel	Jumlah Item	Rentang r Hitung	Sig.	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	10	0,772-0,835	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Selain itu, seluruh nilai korelasi item terhadap skor total menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan layak digunakan dalam penelitian.

Validitas instrumen yang tinggi menunjukkan bahwa butir pernyataan yang digunakan mampu menggambarkan persepsi responden mengenai harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian secara tepat. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang lebih akurat sehingga kesimpulan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut (Hair & Alamer, 2022) Instrumen penelitian yang memiliki korelasi item yang baik menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh (Saidah et al., 2026) Yang menyatakan bahwa instrumen yang valid merupakan syarat utama sebelum dilakukan analisis regresi, karena kualitas data akan menentukan kualitas hasil penelitian.

Selain memenuhi kriteria validitas, instrumen penelitian juga harus memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap setiap item pernyataan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3.
 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X_1)	0,982	Sangat reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,971	Sangat reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,937	Sangat reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,90. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Dengan demikian, apabila pengukuran dilakukan kembali pada kondisi yang relatif sama, instrumen tersebut akan memberikan hasil yang konsisten.

Nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa setiap indikator dalam variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian saling mendukung dalam mengukur konstruk yang sama. (Hair & Alamer, 2022) Menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 menunjukkan instrumen telah memenuhi syarat reliabilitas, sedangkan nilai yang melebihi 0,90 menunjukkan tingkat

konsistensi internal yang sangat baik. (Saidah et al., 2026) juga menyatakan bahwa instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang stabil sehingga analisis statistik yang dilakukan menjadi lebih akurat.

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Pengujian	Nilai
Kolmogorov-Smirnov Z	0,058
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linier berganda sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Distribusi data yang normal menunjukkan bahwa penyebaran residual berada di sekitar nilai rata-rata dan tidak mengalami penyimpangan yang berarti. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi mampu menggambarkan hubungan antara variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian dengan baik. (Saidah et al., 2026), model regresi yang memenuhi asumsi normalitas akan menghasilkan estimasi parameter yang lebih akurat sehingga hasil pengujian hipotesis dapat dipercaya. (Hair & Alamer, 2022) juga menjelaskan bahwa normalitas residual merupakan salah satu syarat penting dalam analisis regresi karena berkaitan dengan validitas pengujian statistik yang dilakukan.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang sangat kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X_1)	0,994	1,006	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas Produk (X_2)	0,994	1,006	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel harga dan kualitas produk

memiliki nilai Tolerance sebesar 0,994 dan VIF sebesar 1,006. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF jauh di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tidak ditemukannya multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk merupakan dua variabel yang berdiri sendiri dan masing-masing memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, pengaruh setiap variabel independen dapat diinterpretasikan secara lebih jelas tanpa dipengaruhi oleh hubungan yang tinggi antarvariabel. (Saidah et al., 2026), menjelaskan bahwa tidak adanya multikolinearitas akan menghasilkan koefisien regresi yang lebih stabil dan lebih mudah diinterpretasikan. Hal ini juga didukung oleh (Hair & Alamer, 2022) yang menyatakan bahwa nilai VIF yang rendah menunjukkan model regresi memiliki kualitas yang baik untuk digunakan dalam analisis hubungan antarvariabel.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Harga (X_1)	0,834	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X_2)	0,370	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,834, sedangkan variabel kualitas produk sebesar 0,370. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tidak ditemukannya heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual pada model regresi bersifat konstan atau homogen. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kesalahan prediksi model tidak dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel independen, sehingga estimasi koefisien regresi menjadi lebih efisien. Menurut (Saidah et al., 2026), model regresi yang bebas dari heteroskedastisitas akan menghasilkan pengujian statistik yang lebih akurat. (Hair & Alamer, 2022), juga menyatakan bahwa homogenitas residual merupakan salah satu indikator bahwa model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel.

Berdasarkan hasil uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, seluruh asumsi klasik dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dengan demikian, model regresi linier berganda yang digunakan telah memenuhi persyaratan analisis sehingga dapat digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t

diperoleh bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu pertimbangan penting bagi masyarakat dalam menentukan pilihan pembelian beras. Sebagai bahan pangan pokok, beras dibeli secara rutin sehingga konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh. Apabila harga dianggap sesuai dengan kualitas beras yang diterima, maka konsumen akan memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk (Indra Syah Putra, 2020). Penetapan harga yang sesuai tidak hanya memengaruhi kemampuan konsumen dalam membeli produk, tetapi juga membentuk persepsi mengenai nilai dan kualitas produk tersebut (Anggraini & Budiarti, 2020). Oleh karena itu, harga menjadi salah satu unsur bauran pemasaran yang memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Kondisi masyarakat Desa Japanan menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah, tetapi juga memperhatikan kesesuaian antara harga dan kualitas beras varietas Serang. Sebagian besar responden menilai bahwa harga yang ditawarkan masih sesuai dengan kualitas beras yang diperoleh, seperti tekstur yang pulen, aroma yang baik, dan kondisi beras yang bersih. Persepsi tersebut mendorong konsumen untuk tetap memilih beras varietas Serang meskipun tersedia alternatif produk lain di pasaran.

Tujuan penelitian berikutnya adalah menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahkan, dibandingkan dengan variabel harga, kualitas produk merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian beras varietas Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memberikan perhatian yang besar terhadap mutu beras yang akan dikonsumsi. Kualitas produk yang baik, seperti kebersihan beras, warna yang cerah, aroma yang khas, tekstur yang pulen setelah dimasak, serta daya simpan yang baik, menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mengutamakan manfaat dan kualitas produk daripada sekadar mempertimbangkan harga. Produk yang memiliki kualitas tinggi akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga meningkatkan kemungkinan untuk dipilih dan dibeli (Armstrong & Kotler, 2018). Semakin baik kualitas produk yang dirasakan, maka semakin besar pula peluang konsumen untuk melakukan pembelian maupun pembelian ulang. Kualitas produk menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian karena konsumen lebih mengutamakan mutu produk yang dikonsumsi setiap hari (Miswanto et al., 2025). Konsumen bersedia membayar harga yang lebih tinggi apabila kualitas produk dinilai lebih baik (Andriani et al., 2025). Responden menyatakan bahwa beras varietas Serang memiliki kualitas yang sesuai dengan

harapan mereka. Beras dinilai memiliki tekstur yang pulen, aroma yang harum, serta tingkat kebersihan yang baik, sehingga memberikan kepuasan setelah dikonsumsi. Persepsi positif terhadap kualitas tersebut menjadi alasan utama konsumen tetap memilih beras varietas Serang meskipun terdapat produk lain dengan harga yang lebih rendah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai t hitung sebesar 18,105, yang menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa harga menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diterima, serta stabilitas harga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memilih beras varietas Serang sebagai kebutuhan pangan sehari-hari. Selain harga, variabel Kualitas Produk (X_2) juga terbukti secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) beras varietas Serang. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 19,765, sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Konsumen cenderung memilih beras dengan karakteristik fisik yang baik, seperti bulir yang utuh, tingkat kebersihan dan derajat sosok yang tinggi, serta memiliki aroma dan tekstur nasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 334,349 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, serta nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($334,349 > 3,07$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian beras varietas Serang di Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara persepsi terhadap harga yang sesuai dan kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. Kedua variabel tersebut menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh produsen maupun pedagang dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Septi Ambar Indraningtia Sukma, M.P. selaku dosen pembimbing atas arahan, masukan berharga, serta motivasi yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Apresiasi juga ditujukan kepada pemerintah Desa Japanan, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang, beserta seluruh responden yang telah memberikan izin, akses data, dan kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L., Anitasari, R., Puti, H. M., Rohimat, M., & Yulianti, A. (2025). Pricing Strategy And Value Based Marketing : Strategi Harga Dan Persepsi Nilai Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(03), 1108–1113.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *JUPE*, 08(03), 86–94.
- Ariyanti, S. D., Nabila, U., & Rahmawati, L. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Produksi Beras Nasional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Fulfilling National Rice Production Needs in Improving Public Welfare According to an Islamic Economic Perspective. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(1), 82–93. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i1.9121>
- Armstrong & Kotler. (2018). *Principles of MARKETING*. Pearson Education.
- BPS. (2023). *Statistik Konsumsi Pangan 2023*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Research Methods in Applied Linguistics Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research : Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics Journal Homepage*, 1, 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Indra Syah Putra, D. Y. (2020). Pesantren dan Kitab Kuning. *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 647–654. <https://doi.org/10.32505/ikhtibar.v6i2.605>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Memon, M. A., Ting, H., Ramayah, T., Chuah, F., & Cheah, J. (2017). A REVIEW OF THE METHODOLOGICAL MISCONCEPTIONS AND GUIDELINES RELATED TO THE APPLICATION OF STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 1(1).
- Miswanto, Kurniasih, E. T., & Suryani, A. I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Moro Bootwear Jambi. *Economics, Business, Management, & Accounting Journal (Ebisma)*, 5(1), 74–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.61083/ebisma.v5i1.69>
- Nurarifah, F., & Sukayat, Y. (2023). Keputusan Konsumen Pada Komunitas Organik Dalam Melakukan Pembelian Beras Organik Di Kota Bandung (Studi Kasus di Komunitas 1000 Kebun). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2149–2163.
- Nurindra, A., Manalu, D. S. T., Gultom, C. K., Maulana, R. A., Rohimah, & Firmansyah, M. R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 189–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1699>
- Saidah, N., Mawaddah, N., Hidayah, N., Husein, A., Guru, P., Ibtidaiyah, M., & Mandailing, S. (2026). Konsep Reliabilitas dalam Penelitian dan Teknik Pengujianya. *Educational Journal*, 1(3), 775–784.

- <https://doi.org/doi.org/10.63822/9f7vte41> Hal. 775-784 Konsep Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Trisnawati, E., & Subijanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Nordtime 39 Kinibalu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 23–34.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Andriani, L., Anitasari, R., Puti, H. M., Rohimat, M., & Yulianti, A. (2025). Pricing Strategy And Value Based Marketing : Strategi Harga Dan Persepsi Nilai Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(03), 1108–1113.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *JUPE*, 08(03), 86–94.
- Ariyanti, S. D., Nabila, U., & Rahmawati, L. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Produksi Beras Nasional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Fulfilling National Rice Production Needs in Improving Public Welfare According to an Islamic Economic Perspective. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(1), 82–93. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i1.9121>
- Armstrong & Kotler. (2018). *Principles of MARKETING*. Pearson Education.
- BPS. (2023). *Statistik Konsumsi Pangan 2023*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Research Methods in Applied Linguistics Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research : Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics Journal Homepage*, 1, 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Indra Syah Putra, D. Y. (2020). Pesantren dan Kitab Kuning. *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 647–654. <https://doi.org/10.32505/ikhtibar.v6i2.605>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Memon, M. A., Ting, H., Ramayah, T., Chuah, F., & Cheah, J. (2017). A REVIEW OF THE METHODOLOGICAL MISCONCEPTIONS AND GUIDELINES RELATED TO THE APPLICATION OF STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 1(1).
- Miswanto, Kurniasih, E. T., & Suryani, A. I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Moro Bootwear Jambi. *Economics, Business, Management, & Accounting Journal (Ebisma)*, 5(1), 74–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.61083/ebisma.v5i1.69>
- Nurarifah, F., & Sukayat, Y. (2023). Keputusan Konsumen Pada Komunitas Organik Dalam Melakukan Pembelian Beras Organik Di Kota Bandung (Studi Kasus di Komunitas 1000 Kebun). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2149–2163.
- Nurindra, A., Manalu, D. S. T., Gultom, C. K., Maulana, R. A., Rohimah, & Firmansyah, M. R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 189–199.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1699>
- Saidah, N., Mawaddah, N., Hidayah, N., Husein, A., Guru, P., Ibtidaiyah, M., & Mandailing, S. (2026). Konsep Reliabilitas dalam Penelitian dan Teknik Pengujiannya. *Educational Journal*, 1(3), 775–784. <https://doi.org/doi.org/10.63822/9f7vte41> Hal. 775-784 Konsep
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Trisnawati, E., & Subijanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Nordtime 39 Kinibalu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 23–34.
- Winasis, C. L. R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>