

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMPUT LAUT DI KABUPATEN
LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

SARAH NAURA MARIANA
2104030062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMPUT LAUT DI KABUPATEN
LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

SARAH NAURA MARIANA
2104030062

Pembimbing :

Akbar Sabani, SE., M.EI.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sarah Naura Mariana

NIM : 2104030062

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

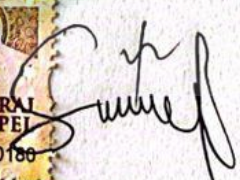
1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 06 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan




Sarah Naura Mariana
NIM. 21 0403 0062

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu yang ditulis Sarah Naura Mariana Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104030062, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 25 Juni 2025 Miladiyah bertepatan dengan 29 Dzulhijjah 1446 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 16 Juli 2025

TIM PENGUJI

- | | |
|--|-------------------|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang |
| 3. Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I. | Penguji I |
| 4. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy | Penguji II |
| 5. Akbar Sabani, S.El., M.E. | Pembimbing |

Mengetahui

an Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah
Mawidha, M.SE.
NIP 199404072020121017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW., suri teladan sepanjang masa, yang membawa risalah kebenaran dan ilmu pengetahuan kepada seluruh umat manusia.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, ayahanda tercinta Nandar dan ibunda tercinta Adriana yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya dengan penuh rasa kasih sayang. Terima kasih atas perjuangannya untuk menyekolahkan saya sampai ditahap ini. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, dan motivasi kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil

Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, S.H.,M.H., yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi, tempat peneliti menimba ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Anita Marwing, MHI., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ilham S.Ag., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Umar S.E., M.SE. dan Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Muh. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. beserta seluruh dosen yang telah memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Palopo.
4. Pembimbing Akbar Sabani, S.EI., M.E, yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepala Perpustakaan Zainuddin S, S.E., M.Ak, yang telah banyak membantu, khususnya dalam menyediakan literature yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

6. Penguji I Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I. yang telah memberikan masukan, saran dan koreksi yang sangat membantu sehingga skripsi ini dapat disempurnakan dengan lebih baik.
7. Penguji II Hamida, S.E.Sy.m M.E.Sy., yang telah memberikan pertanyaan, motivasi dan membimbing selama penulisan skripsi ini sehingga skripsi dapat selesai.
8. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa melayani dalam pengurusan segala keperluan dalam penyelesaian studi.
9. Sahabat tercinta Luthfiah Nabila Bela Satirah, yang selalu mendengarkan keluh-kesah penulis selama kuliah sampai ditahap penulisan skripsi. Terima kasih atas masukan, dukungan dan motivasi selalu yang diberikan kepada penulis. Semoga persahabatan ini sampai kita tua nanti.
10. Teman seperjalanan semasa perkuliahan Nurul Hilal dan Fatimah Binti Hamid. Terima kasih telah menjadi teman diskusi, pemberi semangat, dan penguat dalam suka maupun duka. Terima kasih atas setiap tawa, peluh, dan perjuangan yang kita lalui bersama. Semoga kebersamaan kita menjadi kenangan berharga dan mari berteman sampai kita tua nanti.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Close friend. Terima kasih sudah mewarnai perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala tingkah laku kalian yang menimbulkan tawa dan kebahagiaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukan merupakan yang terbaik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk perbaikan skripsi ini selanjutnya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi

semua pembaca. Akhir kata *billahi fii sabililhaq fastabiqul khairat*,
Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Palopo, 07 JULI 2025

Sarah Naura mariana
NIM. 21 0403 0062



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKAT

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf Bahasa arab dan translitenya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba’.	B	Te
ت	Ta’	T	Te
ث	Ša’	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha’	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha.	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal.	Ž.	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra’	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S.	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	‘ain	‘	apstrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf.	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawalkataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tandaapa pun,jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis denagan tanda (').

2. Vokal

Vocal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
ا	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف: *kaifa*

هؤل: *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
إ	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
أ	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt. = *subhanahu wa ta `ala*

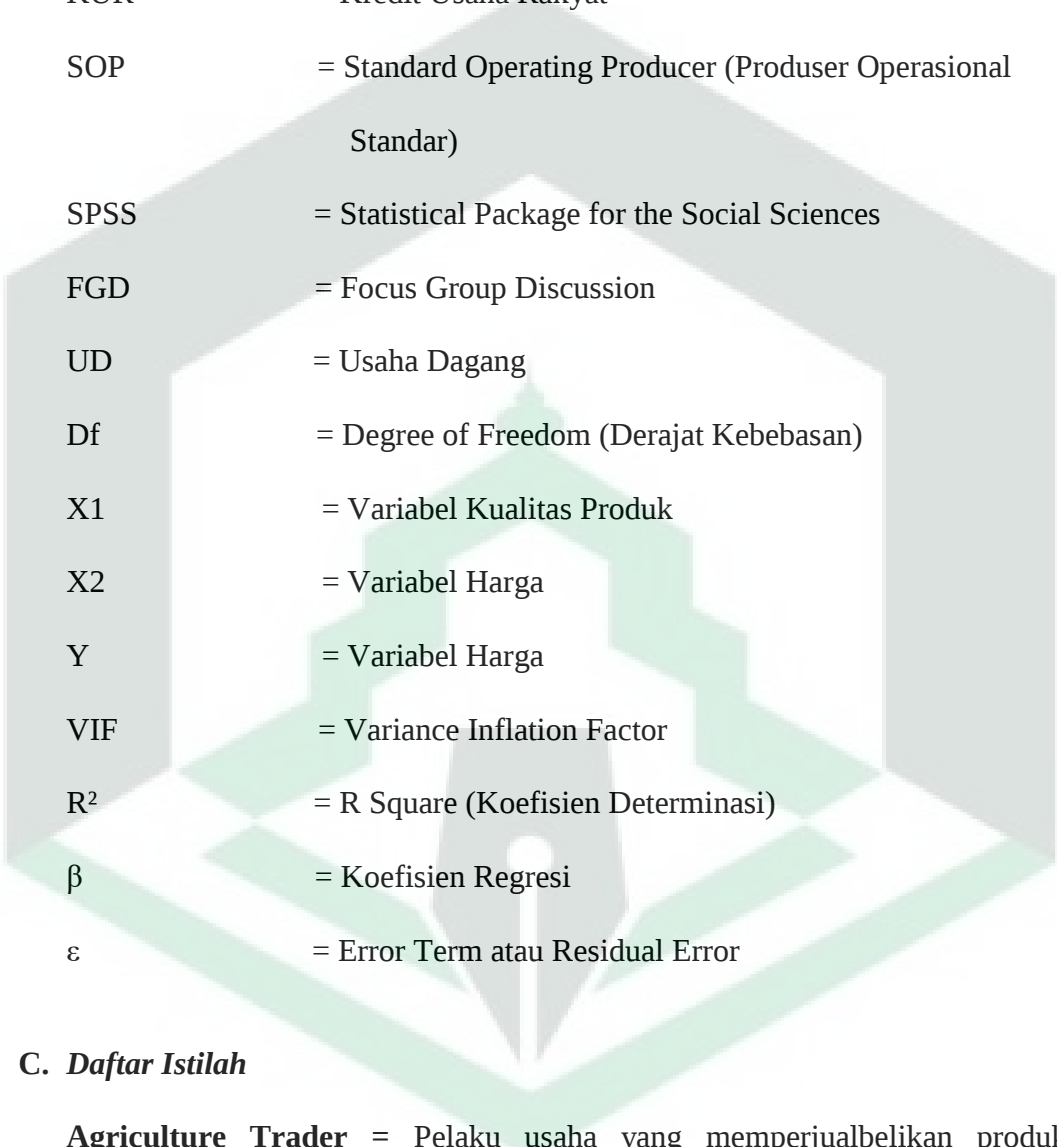
Saw. = *shallallahu `alaihi wa sallam*

as = *`alaihi as-salam*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi



Qs	= Qur'an Surah
HR	= Hadis Riwayat
BPS	= Badan Pusat Statistik
KUR	= Kredit Usaha Rakyat
SOP	= Standard Operating Producer (Produser Operasional Standar)
SPSS	= Statistical Package for the Social Sciences
FGD	= Focus Group Discussion
UD	= Usaha Dagang
Df	= Degree of Freedom (Derajat Kebebasan)
X1	= Variabel Kualitas Produk
X2	= Variabel Harga
Y	= Variabel Harga
VIF	= Variance Inflation Factor
R ²	= R Square (Koefisien Determinasi)
β	= Koefisien Regresi
ε	= Error Term atau Residual Error

C. Daftar Istilah

Agriculture Trader = Pelaku usaha yang memperjualbelikan produk pertanian dan kelautan, termasuk rumput laut.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKAT	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	11
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	19
E. Sistematika Penulisan	19
BAB II KAJIAN TEORI	20
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
B. Kajian Pustaka.....	21
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel	31

C. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Teknik Analisis Data.....	32
F. Definisi Operasional Variable.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Implikasi.....	63
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perikana Tangkap Kabupaten Luwu 2023-2024	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kabupaten Luwu 2016	41
Tabel 4. 2 Deskriptif Statistik	42
Tabel 4. 3 Uji Normalitas Kolmogorov	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk (X1) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji linearitas Harga (X2) dengan Variabel.....	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode <i>Glejser</i>	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Parsial (T)	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (F).....	53
Tabel 4. 11 Hasil Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	44
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedasitas dengan Metode <i>Scatter Plot</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Dokumentasi

Lampiran 3 : Hasil Uji-uji



ABSTRAK

Sarah Naura Mariana, 2025. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu". Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Akbar Sabani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu. Pendekatan yang digunakan adalah explanatory research dengan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 52 responden yang merupakan pelaku perdagangan hasil pertanian (agriculture trader) di Kabupaten Luwu. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas yang ditawarkan belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi mereka, sehingga berdampak pada penurunan minat beli. Sebaliknya, variabel harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian, di mana harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli konsumen mendorong terjadinya pembelian. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,519.

Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen dan teori harga yang menempatkan kualitas serta harga sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumput laut. Oleh karena itu, pelaku usaha dan petani tambak di Kabupaten Luwu disarankan untuk meningkatkan standar kualitas serta menerapkan strategi harga yang tepat guna memperkuat daya saing di pasar lokal maupun regional.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

Sarah Naura Mariana, 2025. “The Effect of Product Quality and Price on Seaweed Purchasing Decisions in Luwu Regency”. Thesis Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Akbar Sabani.

This study aims to analyze the effect of product quality and price on seaweed purchasing decisions in Luwu Regency. The approach used is explanatory research with quantitative methods. Data were collected through distributing questionnaires to 52 respondents who were agricultural traders in Luwu Regency. The analysis technique used was multiple linear regression with the help of the SPSS application.

The results showed that the product quality variable had a negative and significant effect on purchasing decisions, which indicated that consumers' perceptions of the quality offered did not fully match their expectations, resulting in a decrease in buying interest. In contrast, the price variable has a significant positive effect on purchasing decisions, where prices that are competitive and in accordance with consumer purchasing power encourage purchases. Simultaneously, these two variables have a strong enough influence on purchasing decisions, with a coefficient of determination (R^2) of 0.519.

These findings support consumer behavior theory and price theory, which place quality and price as the main factors in making purchasing decisions. Thus, it can be concluded that product quality and price, both partially and simultaneously, have a positive and significant effect on seaweed purchasing decisions. Therefore, businesses and farmers in Luwu Regency are advised to improve quality standards and implement appropriate pricing strategies to strengthen competitiveness in local and regional markets.

Key Word: *Product Quality, Price, Purchase Decision.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perikanan dan maritim di Indonesia sangat menguntungkan. Tidak mengherankan jika kita dianggap memiliki sumber daya laut terbesar di dunia. Budidaya rumput laut menghasilkan pendapatan bagi para petani di seluruh Indonesia. Salah satu produk utama akuakultur, rumput laut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap produksi yang lebih tinggi, ekonomi lokal yang lebih kuat, dan kesejahteraan masyarakat pesisir yang lebih baik. Cottoni dan Gracilaria Sp. adalah dua jenis rumput laut yang dibudidayakan di Indonesia, khususnya di pulau Sulawesi.¹

Rumput laut merupakan salah satu sumber daya hayati yang terdapat di lingkungan pesisir dan laut, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002. Alga dan lamun adalah dua kelompok tumbuhan yang sering disebut sebagai "rumput laut". Secara lebih khusus, rumput laut merujuk pada anggota vegetasi yang dikenal sebagai alga, yang tumbuh di perairan dan berasosiasi dengan ekosistem terumbu karang.²

¹Muhammad Syahrir, "Analisis Strategi Pemasaran Rumput Laut (Gracilaria Sp) Di Kabupaten Bone," *Jurnal Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 138–139, <https://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/ksppk/article/view/642>.

²Anita Rachmawati, Any Agus Kana, and Yunita Anggarini, "Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta," *Cakrawansa Bisnis STIM YKPN* 1, no. 2 (2020): 187–200, <http://journal.stimykn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>.

Penjualan rumput laut di kabupaten Luwu mengalami ketidakstabilan harga, karena adanya penurunan harga nasional. Berikut data perikanan tangkap 2023-2024.³

Tabel 1. 1 Data Perikanan Tangkap Kabupaten Luwu 2023-2024

NO.	Kecamatan	Jumlah Produksi
1.	Belopa	193.31
2.	Belopa Utara	157.78
3.	Bua	879.8
4.	Kamanre	66.97
5.	Lamasi Timur	87.98
6.	Larompong	1,753.02
7.	Larompong Selatan	3,687.26
8.	Ponrang	6,300.69
9.	Ponrang Selatan	348.26
10.	Suli	3,850.69
11.	Walenrang Timur	53.91
JUMLAH		350.000.000

Sumber: Luwu Dalam Angka 2023-2024 BPS Kab. Luwu

Tabel tersebut menyajikan data produksi perikanan dari berbagai kecamatan di Kabupaten Luwu. Terlihat bahwa Kecamatan Ponrang memiliki jumlah produksi tertinggi, yaitu 6.300,69 unit, diikuti oleh Kecamatan Suli dengan 3.850,69 unit dan Larompong Selatan dengan 3.687,26 unit. Kecamatan dengan produksi terendah adalah Walenrang Timur, dengan hanya 53,91 unit. Data ini memberikan gambaran mengenai sebaran potensi perikanan di setiap kecamatan. Total produksi perikanan Kabupaten Luwu pada periode tersebut mencapai 350.000.000 unit. Data ini sangat penting untuk perencanaan pembangunan sektor perikanan di Kabupaten Luwu. Pemerintah daerah dapat menggunakan informasi ini untuk mengalokasikan

³Badan Pusat Statistik, "Data Perikanan Tangkap 2023-2024" (Luwu, 2024).

sumber daya secara efektif, mengembangkan program-program pemberdayaan nelayan, serta meningkatkan infrastruktur pendukung perikanan di kecamatan-kecamatan yang memiliki potensi tinggi.

Rumput laut merupakan salah satu komoditas hayati laut yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi besar untuk dikembangkan. Oleh karena itu, budidayanya harus dilakukan secara optimal, terencana, dan berkelanjutan. Selain menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat pesisir, rumput laut juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan devisa negara melalui ekspor. Pengembangan budidaya rumput laut yang efektif tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan petani lokal, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen utama rumput laut dunia. Dengan potensi wilayah perairan yang luas dan kondisi ekologis yang mendukung, Indonesia memiliki peluang strategis untuk menjadikan budidaya rumput laut sebagai pilar penting dalam pembangunan ekonomi kelautan yang inklusif dan berdaya saing global.⁴

Namun, Harga rumput laut di kabupaten Luwu cenderung mengalami fluktuatif, ini disebabkan karena adanya faktor seperti kondisi alam, harga pasar dan harga makelar. Kondisi alam yang berubah-ubah memberikan dampak pada rumput laut, hujan yang terus-menerus melanda pertanian tambak masyarakat kabupaten Luwu mengakibatkan banjir sehingga air tawar memasuki tambak yang menyebabkan tambak jebol, rumput laut rusak dan

⁴Suparmi, "Mengenal Potensi Rumput Laut : Kajian Pemanfaatan Sumber Daya Rumput Laut dari Aspek Industri dan Kesehatan," *Gema Pustakawan* 1, no. 1 (2009): 95–97, <https://media.neliti.com/media/publications/220086-mengenal-potensi-rumput-laut-kajian-pema.pdf>.

tidak dapat dijual.⁵ Selanjutnya, Makelar atau pengepul sering kali berperan besar dalam menentukan harga rumput laut. Mereka membeli rumput laut dari petani dengan harga yang relatif lebih rendah dan menjualnya ke pasar dengan harga yang lebih tinggi. Makelar ini bisa memanipulasi harga di tingkat lokal dengan menawarkan harga yang lebih rendah dari harga pasar, sehingga petani seringkali kesulitan mendapatkan harga yang lebih baik. Peran makelar ini bisa menyebabkan ketidakstabilan harga, karena mereka lebih mementingkan margin keuntungan mereka dari pada kesejahteraan petani.⁶

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang diambil oleh konsumen setelah mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi preferensi mereka terhadap suatu produk.⁷ Dalam konteks rumput laut di Kabupaten Luwu, keputusan pembelian ini sangat dipengaruhi oleh dua variabel utama, yakni harga dan kualitas produk. Keputusan pembelian tidak hanya mencakup apakah konsumen akan membeli rumput laut, tetapi juga aspek-aspek seperti seberapa sering dan seberapa banyak konsumen membeli produk tersebut. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang

⁵Parell Tua Halomoan Simanjuntak, Zainul Arifin, and Mukhammad Kholid Mawardi, "Pengaruh Produksi, Harga Internasional Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi Pada Tahun 2009 - 2014)," *Journal of Business Administration* 50, no. 3 (2017): 163–71.

⁶Sumarni dan Mursalim, "Analisis Potensi Pasar Komoditi Rumput Laut Di Desa Kampung Bunga Kecamatan Lasolo Kabupaten Konawe," *Jurnal Ilmiah Dikdaya* 11, no. 2 (2021): 267, <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v11i2.223>.

⁷Cesariana, Camelia dkk. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 211–24, <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867/558>.

mempengaruhi keputusan pembelian sangat penting bagi produsen dan pemasar rumput laut untuk mengembangkan strategi yang tepat.⁸

Harga merupakan faktor yang sangat krusial dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk, termasuk rumput laut.⁹ Di Kabupaten Luwu, harga yang ditawarkan oleh produsen rumput laut beragam, tergantung pada kualitas, kuantitas, serta biaya produksi. Adapun permasalahan yang terjadi didalamnya yaitu harga yang tidak stabil cenderung turun secara terus-menerus, yang membuat para petani dan makelar harus bisa menyeimbangkan pengolahan dan pembelian rumput laut.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh M.Kamil Haifidzi, Fathia Rizqi dan Ajijah Jumani (2022), menunjukkan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁰ Pada penelitian diatas tidak terdapat objek penelitian, sedangkan pada penelitian saat ini berfokus pada rumput laut sebagai objek penelitian.

Dalam ajaran agama islam, penetapan harga sangat penting untuk menghindari adanya unsur kecurangan didalamnya. Sebagaimana disebutkan dalam Qur'an Surah Al-Isra ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا
(الاسراء/35)

Terjemahnya:

⁸Dandy Hafidh Fauzi, "Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 6 (2021): 793–95, <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>.

⁹Abdul Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Riset Manajemen* 1, no. 3 (2023): 39, <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>.

¹⁰M Kamil, Fathia Rizqi, and Ajijah Jumani, "Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian" 1, no. 1 (2022): 207, file:///C:/Users/USER/Downloads/admin-dinasti,+JIM+VOL+1+ISS+1,+AJIJAH (2).pdf.

“Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya (Al-Isra'/17:35).”¹¹

Makna Ayat ini menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam transaksi ekonomi, terutama dalam menakar dan menimbang barang dagangan. Islam mengajarkan bahwa keseimbangan dalam perdagangan adalah kunci keberkahan, baik bagi individu maupun masyarakat. Ketidakjujuran dalam jual beli, seperti mengurangi timbangan atau menaikkan harga secara tidak wajar, dapat menyebabkan ketidakadilan dan merugikan orang lain. Oleh karena itu, Allah menegaskan bahwa berlaku jujur dalam timbangan dan ukuran bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga membawa manfaat yang lebih besar dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Sebagai salah satu daerah penghasil rumput laut unggulan, Kabupaten Luwu memiliki potensi pasar yang sangat besar dalam sektor perikanan dan kelautan, khususnya komoditas rumput laut. Potensi ini didukung oleh tingginya permintaan pasar baik domestik maupun internasional terhadap produk rumput laut berkualitas tinggi. Dalam konteks ini, kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.¹² Rumput laut yang memiliki kualitas prima bebas dari kontaminasi lumut, berwarna cerah dan merata, serta memiliki tekstur yang sesuai standar industri akan memiliki daya tarik yang lebih tinggi di mata pembeli, baik sebagai bahan baku industri pangan, kosmetik, maupun farmasi. Oleh karena itu,

¹¹Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Cet. 1 (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2019).

¹²Fadrul, Fadrul, Erwin Erwin, Syukri Hadi, Bob Novitriansyah, and Ahmad Zulkarnain Estu. "Determinan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Laba." *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 2 (2024): 175-187.

upaya menjaga dan meningkatkan kualitas rumput laut yang dihasilkan menjadi aspek strategis dalam mengoptimalkan nilai jual dan daya saing produk rumput laut dari Kabupaten Luwu di pasar global.¹³

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat memperhatikan kualitas saat memilih produk, yang berimbas langsung pada kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap merek atau produk tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Wanda Inta Aghitsni dan Nur Bursyra, menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian rumput laut.¹⁴ Penelitian terdahulu lebih mengutamakan aspek-aspek teknis dan fisik kualitas produk, tanpa mempertimbangkan faktor sosial dan budaya dalam pengambilan keputusan pembelian. Sedangkan, penelitian saat ini juga meneliti bagaimana faktor sosial dan budaya, seperti kepercayaan masyarakat setempat terhadap kualitas rumput laut yang diproduksi secara tradisional, mempengaruhi keputusan pembelian.

Fenomena yang didapatkan pada pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu, dimana adanya fluktuasi permintaan rumput laut yang tidak selalu sebanding dengan jumlah produksi yang dihasilkan oleh para petani, meskipun potensi wilayah Kabupaten Luwu sangat mendukung untuk budidaya rumput laut. Di sisi lain, munculnya keluhan dari para pembeli dan pengepul mengenai inkonsistensi kualitas produk dan harga memiliki peranan penting dalam

¹³Diah Ayu Novitasari, "Analisis Kapabilitas Proses untuk Pengendalian Kualitas Produk Pembatas Buku Industri Rumahan," *Jurnal Ekbis* 14, no. 2 (2015): 722, <https://doi.org/10.30736/ekbis.v14i2.124>.

¹⁴Wanda Intan Aghitsni and Nur Busyra, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 3 (2022): 47, <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>.

memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumput laut, sehingga penting untuk diteliti secara empiris guna memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor tersebut.

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mengulas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Desa Kabupaten Luwu ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumput laut?
2. Apakah Harga Berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumput laut?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumput laut?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk terhadap keputusan keputusan pembelian Rumput Laut
2. Untuk mengetahui Harga terhadap keputusan pembelian Rumput Laut
3. Untuk mengetahui Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan dan menambah pengetahuan baru serta sebagai referensi, literatur maupun bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya terkait bidang keilmuan mengenai keputusan pembelian Rumput Laut.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat dijadikan makanan ataupun sumber pengetahuan bagi mahasiswa dan masyarakat yang akan memulai usaha atau sebagai bahan pembelajaran bagi para petani tambak dan pengepul (makelar) rumput laut mengenai bagaimana memperjual-belikan rumput laut yang baik dan benar.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

- a. Noor Nurmira Asih Kamalita, Rini Rahayu Krniati dan Dadang Krisdianto (2021), berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan pembelian(Studi Pada Konsumen Paguyuban di kota Malang). Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Persamaan penelitian ini dengan saat ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini adanya pembaruan yang dilakukan peneliti pada objek yang berbeda, dimana peneliti berfokus pada rumput laut yang belum banyak diteliti khususnya di lokasi yang ingin diteliti yaitu kabupaten Luwu.¹⁵
- b. Rissa Mustika Sari dan Prihartono (2021), dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaannya menggunakan metode kuantitatif dan variabel x yang sama. Perbedaannya penelitian terdahulu dalam jurnal ini meneliti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sprei merk RISE. Sedangkan, pada penelitian saat ini mengkaji pengaruh faktor tersebut pada produk rumput laut, khususnya di Kabupaten Luwu. Produk

¹⁵Dadang Krisdianto Noor Mirna Asih Kamalita, Rini Rahayu Kurniati, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paguyuban Sentra Industri Keripik Dan Tempe Sanan Di Kota Malang)," *Bisnis, Jurusan Administrasi Administrasi*, 10, no. 1 (2021): 85–89, <https://www.academia.edu/download/90321024/386299037.pdf>.

makanan seperti rumput laut memiliki karakteristik berbeda dengan produk tekstil, sehingga perilaku konsumen mungkin berbeda.¹⁶

- c. Stevany Hanlyna Dethan, Ni Wayan Putu Meikapasa dan Theresia Suzunna Catharina (2021), berjudul Analisis Pengaruh Harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian Kerupuk Rumput Laut UD. Harkat Makmur. Metode penelitian menggunakan Kuantitatif. Persamaannya Kedua penelitian sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, yaitu harga sebagai salah satu variabel utama. Perbedaannya Penelitian terdahulu berfokus pada produk olahan rumput laut (kerupuk rumput laut). Sedangkan, penelitian saat ini membahas rumput laut (bahan mentah) secara umum.¹⁷

B. Kajian Pustaka

1. Consumer Behavior Theory

Teori Perilaku Konsumen dikembangkan secara luas oleh para ahli seperti Howard & Sheth, Engel-Blackwell-Miniard, dan diperkaya oleh Kotler & Keller. Teori ini mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan faktor internal dan eksternal, yang

¹⁶Rissa Mustika Sari dan Prihartono, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise),” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)* 5, no. 3 (2021): 1171–84, <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>.

¹⁷Stevany Hanalyan Dethan, Ni Wayan Putu Meikapasa, and Theresia Suzanna Catharina, “Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rumput Laut Ud. Harkat Makmur,” *Ganecswara* 16, no. 1 (2022): 1407–10.

sangat relevan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian rumput laut di daerah penelitianmu.¹⁸

Model paling terkenal adalah Model Engel-Blackwell-Miniard (EBM Model) yang menggambarkan perilaku konsumen dalam lima tahap utama:

a) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)

Pada tahap ini, konsumen mulai mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi aktual dan kondisi yang diinginkan, sehingga proses pengambilan keputusan pun dimulai. Pemahaman terhadap tahap pengenalan kebutuhan ini sangat penting bagi pelaku bisnis, karena menjadi titik awal dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan minat konsumen.

b) Pencarian Informasi (*Information Search*)

Proses pencarian informasi ini bertujuan untuk mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia, serta membandingkan manfaat, harga, kualitas, dan reputasi merek dari masing-masing produk atau layanan. Semakin tinggi keterlibatan konsumen terhadap produk yang dibutuhkan, maka semakin intensif pula upaya pencarian informasi yang dilakukan. Oleh karena itu, tahap ini menjadi krusial bagi pemasar dalam menyampaikan informasi yang akurat, menarik, dan meyakinkan guna membentuk persepsi positif di benak konsumen.

¹⁸ Acai Sudriman, Syafika Alaydrus, Sitti Rosmayati, Syamsuriansyah, Lucky Nugrodo, Opan Arifuddin, Ita Musfirowati Hanika, Anne Haerany, Fenny Damayantu Rusmana, Khairul Rijal. *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Bandung. CV. Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.

c) Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Proses evaluasi ini melibatkan penilaian terhadap keunggulan dan kelemahan masing-masing alternatif produk, baik dari sisi fungsional maupun emosional. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti merek, desain, layanan purna jual, dan testimoni dari pengguna lain yang dapat memengaruhi persepsi nilai produk secara keseluruhan. Dalam proses ini, sikap, motivasi, serta tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk turut memainkan peran penting dalam pembentukan keputusan akhir. Oleh karena itu, pemasar perlu memastikan bahwa atribut produk yang ditawarkan mampu menonjol secara kompetitif dan relevan dengan harapan target pasar.

d) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Pada tahap ini, konsumen memilih merek, jenis produk, jumlah, serta tempat pembelian yang dirasa paling sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Namun demikian, meskipun keputusan telah dibuat, tidak menutup kemungkinan adanya perubahan keputusan secara tiba-tiba akibat faktor situasional seperti keterbatasan stok, perubahan harga, atau rekomendasi orang lain di saat terakhir. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk memastikan bahwa seluruh elemen bauran pemasaran (marketing mix) telah disiapkan dengan optimal guna mendukung keputusan pembelian konsumen secara positif.

e) Perilaku Pasca Pembelian (*Post Purchase Behavior*)

Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan antara harapan awal terhadap produk dengan kinerja atau pengalaman aktual yang dirasakan setelah penggunaan. Jika produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, yang dapat mendorong loyalitas, pembelian ulang, serta penyebaran word of mouth yang positif. Sebaliknya, jika produk dirasa tidak sesuai dengan ekspektasi, maka akan timbul rasa ketidakpuasan yang dapat berujung pada keluhan, pengembalian produk, atau bahkan penolakan terhadap merek di masa mendatang. Oleh karena itu, tahap evaluasi pascapembelian menjadi krusial bagi perusahaan untuk memantau umpan balik konsumen dan memastikan kualitas produk serta layanan tetap konsisten demi membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan..

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk merupakan inti dari seluruh aktivitas pemasaran, karena produk menjadi objek utama yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk ini dapat berwujud barang fisik maupun jasa, yang masing-masing memiliki karakteristik, nilai guna, serta manfaat yang berbeda bagi target pasar.¹⁹

Menurut Djiptono, Kualitas produk adalah tingkat keunggulan yang

¹⁹Edi Indra Setiawan, Evi Surahman, and Burhan Rifuddin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada PT. Semen Tonasa, Tbk Di Kota Palopo," *Jurnal of Islamic Economic and Bussiness* 2, no. 2 (2020): 52–56.

diharapkan dan pengendalian keragaman dalam memenuhi harapan pelanggan.²⁰ Produk yang berkualitas tidak hanya berfungsi sesuai dengan spesifikasinya tetapi juga memberikan nilai lebih bagi pengguna, seperti daya tahan yang lama, performa yang baik, serta kemudahan dalam penggunaan. Kualitas ini mencakup berbagai aspek, termasuk keandalan, estetika, keamanan, dan fitur tambahan yang meningkatkan pengalaman konsumen.²¹

Suatu produk dapat dikategorikan sebagai berkualitas tinggi apabila mampu memenuhi atau bahkan melampaui standar mutu yang telah ditetapkan, baik oleh lembaga resmi, industri, maupun ekspektasi konsumen. Kualitas tersebut tidak hanya dilihat dari aspek fisik atau spesifikasi teknis, tetapi juga dari sejauh mana produk tersebut mampu memberikan nilai guna, kenyamanan, serta kepuasan optimal bagi penggunaanya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan kata lain, produk yang berkualitas tinggi adalah produk yang konsisten dalam performa, memiliki daya tahan yang baik, aman digunakan, serta mampu menjawab kebutuhan dan preferensi konsumen secara efektif dan efisien. Kesesuaian antara karakteristik produk dengan harapan konsumen inilah

²⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2019).Tjiptono.Tjiptono.Tjiptono.

²¹Lod Sulivyo Budiarto, "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Bakery and Cake Pada Masyarakat Di Citra Raya Cikupa Kabupaten Tangerang 2019/2020," *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 22, no. November (2020): 2441–61, <http://ejournal.stieppi.ac.id/index.php/ji/article/view/44>.

yang menjadi indikator utama tercapainya kepuasan pelanggan dan loyalitas pasar.²²

Semakin intens pelaksanaan bauran komunikasi pemasaran yang terdiri dari periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat, maka akan meningkatkancitra merek yang menyebabkan peningkatan motivasi untuk melakukan pembelian terhadap merek tersebut.²³

b. Indikator Kualitas produk

Berikut adalah indikator kualitas produk yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian pada rumput laut, antara lain:²⁴

a) Kadar Air

Kadar air merupakan salah satu parameter utama dalam menentukan kualitas rumput laut kering. Rumput laut dengan kadar air yang rendah menunjukkan kualitas yang lebih baik karena berpotensi memiliki daya simpan yang lebih lama, mengurangi risiko pertumbuhan mikroorganisme seperti jamur dan bakteri, serta mempermudah proses pengolahan lanjutan di industri. Semakin rendah kadar air yang terkandung dalam rumput laut, semakin tinggi tingkat kekeringannya, yang berarti produk tersebut lebih stabil secara fisik dan kimiawi. Selain itu, kadar air yang rendah juga mencerminkan proses

²²Nilda Tri Putri, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa* (Padang: Andalas University Press, 2022).

²³Nurdin Batjo, "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian," *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 1–21.

²⁴J.M Juran and Frank M. Gryna, *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*, ed. McGraw-Hill, Ketiga, 1993.

pengeringan yang efisien dan penanganan pascapanen yang optimal, dua faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan mutu dan daya saing rumput laut di pasar domestik maupun internasional.

b) Kebersihan

Konsumen cenderung memilih rumput laut yang segar, bebas dari kotoran, bahan kimia berbahaya, dan memiliki tingkat kebersihan yang tinggi. Preferensi ini didasarkan pada pertimbangan keamanan konsumsi, kualitas gizi, serta potensi penggunaan rumput laut sebagai bahan baku dalam berbagai industri, seperti pangan, kosmetik, dan farmasi. Rumput laut yang terlihat bersih dan alami mencerminkan proses budidaya yang baik, penanganan pascapanen yang higienis, serta minim risiko kontaminasi. Selain itu, permintaan terhadap produk-produk yang memenuhi standar keamanan pangan dan berwawasan lingkungan juga semakin meningkat, sehingga kebersihan dan kesegaran menjadi indikator utama dalam menentukan kelayakan produk di pasar modern. Dalam konteks ini, produsen harus mampu menjaga kualitas fisik dan kimia rumput laut agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan standar mutu nasional maupun internasional.

c) Tekstur dan Warna

Rumput laut berkualitas biasanya memiliki tekstur kenyal atau renyah (tergantung jenisnya) serta warna yang sesuai dengan jenisnya, seperti hijau atau coklat alami tanpa pewarna buatan. Tekstur yang baik mencerminkan tingkat kesegaran dan keutuhan sel-sel rumput laut,

yang berpengaruh pada rasa dan kualitas produk akhir. Warna alami yang khas pada rumput laut juga menunjukkan bahwa produk tersebut bebas dari proses pengolahan yang menggunakan bahan kimia berbahaya atau pewarna sintetis yang dapat merusak kualitas dan keamanan konsumen. Selain itu, warna yang sesuai dengan jenisnya menjadi indikator keaslian dan keterjagaan mutu selama proses budidaya dan pascapanen. Rumput laut yang terjaga kualitas tekstur dan warnanya memiliki daya tarik visual yang lebih besar, meningkatkan nilai jual dan kepuasan konsumen, serta memastikan produk tersebut aman dan bergizi untuk dikonsumsi.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Keller, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk tersebut.²⁵ Harga tidak hanya mencerminkan biaya produksi dan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga menjadi indikator kualitas di mata konsumen serta faktor yang memengaruhi permintaan pasar.²⁶

Dalam banyak kasus, konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan kualitas produk, di mana harga yang lebih tinggi sering kali dianggap sebagai indikator kualitas yang lebih baik. Persepsi ini terbentuk

²⁵Indah Wahyu Utami, *Perilaku Konsumen* (Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2021).

²⁶Verina H. Secapramana, "Model Dalam Strategi Penetapan Harga," *Ubaya* 9, no. 1 (2020): 30–43.

dari anggapan bahwa produsen yang menetapkan harga tinggi telah melalui proses produksi yang lebih selektif, menggunakan bahan berkualitas, atau menawarkan nilai tambah tertentu. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang lebih tinggi tidak hanya berfungsi sebagai alat penentuan nilai ekonomi, tetapi juga sebagai sinyal kualitas di mata konsumen.²⁷

b. Strategi Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Keller, strategi penetapan harga adalah proses menentukan harga suatu produk dengan mempertimbangkan faktor internal (seperti biaya produksi dan target keuntungan) serta faktor eksternal (seperti permintaan pasar dan kompetitor). Sementara itu, Monroe menyatakan bahwa strategi harga bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan sekaligus menjaga profitabilitas bisnis.

Perusahaan biasanya tidak menetapkan harga tunggal melainkan suatu struktur harga yang mencerminkan perbedaan permintaan dan biaya secara geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, dan faktor-faktor lain.²⁸ Berikut 3 strategi penetapan harga, antara lain :

a) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya Produksi dan Keuntungan

Strategi ini menetapkan harga dengan menghitung total biaya produksi terlebih dahulu, kemudian menambahkan margin keuntungan

²⁷Yogi Nurfauzi et al., "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 1 (2023): 183–188, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

²⁸Marissa Grace Haque-fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, and Heri Erlangga, *Konsep, Teori Dan Implementasi* (Palopo: Pascal Books, 2022), 286.

yang diinginkan. Faktor yang diperhitungkan dalam metode ini antara lain:²⁹

- Biaya bahan baku
- Biaya tenaga kerja
- Biaya distribusi dan logistik
- Biaya penyimpanan dan pemrosesan
- Keuntungan yang diharapkan

b) Pengaruh Harga Kompetitor dalam Menentukan Harga Jual

Strategi penetapan harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan harga yang telah berlaku di pasar, guna memastikan daya saing produk serta menyesuaikan dengan persepsi nilai yang dimiliki konsumen terhadap produk sejenis. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara nilai yang ditawarkan dan ekspektasi pasar, sehingga mampu menarik minat beli konsumen tanpa mengorbankan margin keuntungan perusahaan. Perusahaan akan menyesuaikan harga agar tetap kompetitif, baik dengan menetapkan harga lebih rendah, sama, atau lebih tinggi tergantung pada nilai tambah yang diberikan.³⁰

c) Strategi Harga Diferensiasi Berdasarkan Kualitas dan Pengolahan

Diferensiasi harga dilakukan berdasarkan kualitas bahan baku dan proses pengolahan yang lebih baik. Produk dengan nilai tambah

²⁹Eka Sudarmaji et al., “Menghitung Angka : Mengoptimalkan Margin,” no. April (2023): 262–68.

³⁰C Beatrice and A Fahmi, “Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi terhadap Penentuan Harga Jual Produk pada Perusahaan,” *Prosiding*, 2021, 1–8, <https://www.researchgate.net/profile/Arief-Fahmie>

yang lebih tinggi biasanya memiliki harga lebih mahal dibandingkan produk standar.³¹

c. Indikator Harga

Berikut indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumput laut, antara lain :

a) Persepsi Harga

Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana pembeli menilai harga rumput laut. Pembeli cenderung melakukan transaksi setelah harga dipertimbangkan sesuai dengan kualitas dan keuntungan yang diperoleh. Sebaliknya, pembeli dapat mencari alternatif lain dan menunda pembelian jika harganya dianggap terlalu tinggi.³²

b) Keterjangkauan Harga

Faktor keterjangkauan mengacu pada daya beli pelanggan saat memperoleh produk. Jika harga yang masih dijangkau pembeli, peluang membuat keputusan pembelian lebih besar. Namun, jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan anggaran yang tersedia, permintaan dapat menurun.³³

³¹Marsela Lenti et al., "Strategi Diferensiasi Produk Line untuk Menarik Minat Konsumen," *Business, Economics and Entrepreneurship* 2, no. 2 (2020): 9–19, <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v2i2.190>.

³²Ayu Bunga Pertiwi et al., "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)" 3, no. 6 (2022): 584, <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1093>.

³³Imam Kambali and Ani Syarifah, "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)," *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id* 10 (2020): 1–8, <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>.

c) Sensitivitas Harga

Sensitivitas harga menggambarkan seberapa besar perubahan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Jika konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga, sedikit kenaikan harga bisa menyebabkan penurunan permintaan, sedangkan jika tidak, maka perubahan harga tidak banyak berpengaruh.³⁴

d) Elastisitas Permintaan

Melihat seberapa besar perubahan permintaan akibat perubahan harga. Jika kenaikan harga menyebabkan permintaan turun drastis, maka permintaan elastis. Sebaliknya, jika permintaan tetap stabil meskipun harga naik, maka permintaan inelastis.³⁵

4. Keputusan Pembelian

a. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses kompleks yang melibatkan berbagai tahapan dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Memahami proses ini penting bagi pemasar untuk merancang strategi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan konsumen.³⁶ Menurut Kotler, Keputusan pembelian ialah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Konsumen melakukan

³⁴Fatchur Rohman, *Peran Faktor Sutisional dan Perilaku Pembelian Impulsif* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 45.

³⁵Busra, Yuli Anisah, and Zulkarnaini, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2020), 72.

³⁶Rachmawati Yuli, Johan Ahmad, and Ifan Dzulfikar, "Menganalisis Bagaimana Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Dari Promosi Media Sosial, Ulasan Produk, Dan Kepercayaan Merek Yuli," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 5508–18, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

proses yang dikenal sebagai keputusan pembelian sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, keinginan, pengaruh sosial, dan faktor ekonomi.³⁷

b. Proses keputusan dalam pembelian

Menurut Kotler 2018, tahap-tahap sebelum mengambil Keputusan ada 5 tahap, yaitu sebagai berikut :³⁸

a) Pengenalapan masalah

Proses membeli dimulai dengan pengenalan masalah, yaitu ketika pembeli tahu ada masalah atau kebutuhan. Mereka juga merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan yang diinginkan.³⁹

b) Pencarian informasi

Seorang pelanggan yang terkait mungkin mencari lebih banyak informasi, tetapi mereka mungkin juga tidak melakukannya. Konsumen mungkin akan membelinya jika ada dorongan konsumen yang kuat dan produk yang memenuhi kebutuhan mereka. Pengaruh relatif dari sumber informasi ini bervariasi menurut barang dan jasa yang dibeli konsumen. Sebagian besar informasi tentang produk diberikan kepada konsumen oleh sumber komersial, yang dikendalikan oleh pemasar; sumber pribadi biasanya merupakan sumber yang paling efektif, dan

³⁷Yosef Tonce and Yoseph Darius Purnama Ranga, *Minat Dan Keputusan Pembelian* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022).

³⁸Indah Wahyu Utami, *Konsumen Perilaku* (Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2021), 76.

³⁹Suleman Watianan, "Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Potensi Rumput Laut di Desa Gomar Sungai Kecamatan Aru Selatan Kabupaten Kepulauan Aru," no. 2 (2023): 58–73, <https://e-jurnal.stiaalazka.ac.id/index.php/ojs-hipotesa/article/view/79>.

sumber-sumber ini memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembeli untuk membeli barang atau jasa tertentu. Sumber komersial biasanya memberi tahu pembeli, tetapi sumber pribadi memberikan penilaian atau kebenaran bagi pembeli.

c) Evaluasi alternatif

Pertama, kami percaya bahwa setiap pembeli melihat produk sebagai kumpulan atributnya. Kemudian, mereka memberikan makna yang berbeda untuk setiap atribut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Ketiga, mereka mungkin membuat keyakinan tentang posisi setiap merek pada setiap atribut. Keempat, kami percaya bahwa kepuasan pembeli secara keseluruhan dengan produk akan berbeda pada tingkat yang berbeda. Kelima, pelanggan menentukan sikap mereka terhadap merek melalui berbagai metode evaluasi. Ini tergantung pada pilihan pelanggan dan pilihan mereka untuk membeli.

d) Keputusan pembelian

Pada umumnya, konsumen memilih untuk membeli merek yang paling disukai. Namun, ada dua hal yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Yang pertama adalah pendapat orang lain tentang harga dan merek yang akan dipilih konsumen. Yang kedua adalah situasi yang tidak diharapkan, harga yang diharapkan, dan keuntungan yang diharapkan dari produk yang diharapkan.

e) Tingkah laku pasca pembelian

Proses keputusan pembeli di mana pembeli memutuskan apa yang mereka lakukan setelah membeli berdasarkan apakah mereka puas atau tidak puas. Konsumen akan merasa tidak puas jika produk tidak memenuhi harapan mereka; jika produk memenuhi harapan mereka, konsumen akan merasa puas, dan jika produk memenuhi harapan mereka, konsumen akan merasa puas. Ketidakpuasan konsumen meningkat seiring dengan jarak antara harapan dan prestasi. Hal ini menunjukkan bahwa pembuat produk membuat pernyataan yang jujur tentang kinerjanya sehingga pembeli akan puas.

c. Indikator keputusan pembelian

Berikut indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian pada rumput laut, antara lain:

1) Kualitas Fisik

Kualitas fisik mencakup aspek seperti warna, tekstur, dan bau rumput laut. Warna harus sesuai dengan jenisnya tanpa tanda-tanda perubahan akibat pembusukan atau kontaminasi. Tekstur rumput laut yang baik umumnya tidak terlalu lembek atau rapuh, terutama jika dalam kondisi kering. Selain itu, bau juga menjadi indikator penting, di mana rumput laut yang masih segar tidak memiliki bau busuk atau

tengik yang dapat menandakan adanya proses fermentasi atau pertumbuhan mikroorganisme yang tidak diinginkan.⁴⁰

2) Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian, terutama bagi pelaku industri yang harus mempertimbangkan biaya produksi. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing, sementara harga yang terlalu rendah bisa mencerminkan kualitas yang kurang baik. Oleh karena itu, pembeli biasanya membandingkan harga dari berbagai pemasok untuk mendapatkan keseimbangan antara harga dan kualitas.⁴¹

3) Ketersediaan dan Konsistensi Pasokan

Keberlanjutan pasokan menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian rumput laut, terutama bagi industri yang membutuhkan bahan baku dalam jumlah besar dan secara kontinu. Pembeli akan lebih memilih pemasok yang dapat menjamin ketersediaan produk dalam jumlah dan kualitas yang konsisten agar tidak mengganggu jalannya produksi.⁴²

4) Asal dan Legalitas

Sumber dan legalitas rumput laut juga menjadi pertimbangan penting, terutama bagi perusahaan yang memiliki standar kualitas dan

⁴⁰Djalal Rosyidi, Aris Sri Widati, and Joko Prakoso, "Pengaruh Penggunaan Rumput Laut Terhadap Kualitas Fisik Dan Organoleptik Chicken Nugget," *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Hasil Ternak* 3, no. 1 (2008): 43–51.

⁴¹Ernawaty Mappigau, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Permintaan Rumput Laut" 1, no. 1 (2022): 86, <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10641>.

⁴²Kristiningsih Ari et al., *Teknologi Pengolahan Ruput Laut* (Padang: CV. Hei Publishing Indonesia, 2016).

kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Rumput laut yang berasal dari budidaya berkelanjutan atau memiliki sertifikasi keamanan pangan lebih dipercaya karena memenuhi standar produksi yang baik dan ramah lingkungan.⁴³

5) Hubungan dengan Pemasok

Faktor hubungan dengan pemasok memengaruhi keputusan pembelian dalam jangka panjang. Pemasok yang memiliki rekam jejak baik dalam menyediakan rumput laut berkualitas tinggi, harga yang kompetitif, serta layanan yang baik cenderung lebih dipilih oleh pembeli. Kepercayaan dan kerja sama yang baik antara pembeli dan pemasok dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak dalam jangka panjang.⁴⁴

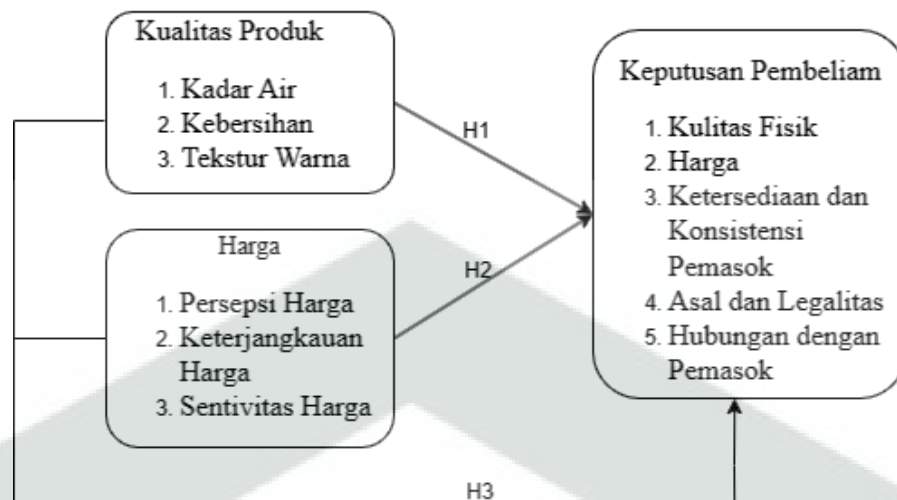
C. Kerangka Pikir

Kerangka penelitian adalah rancangan penelitian yang menghubungkan gambaran antar variabel sehingga penelitian terstruktur.⁴⁵ Dimana pada penelitian ini, peneliti beranggapan bahwa pengaruh Kualitas Produk(X1) dan Harga(X2) terhadap Keputusan pembelian(Y) rumput laut di Kabupaten Luwu berpengaruh secara parsial dan simultan. Adapun kerangka pikir dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

⁴³Melia Dhaniswari Alana et al., “Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Berbasis Ekonomi Biru Melalui Pmeberdayaan Masyarakat Pesisir Teluk Saleh, Desa Labuhan Sangoro-Maronge, Kabupaten Sumbawa” 5, no. 3 (2024): 69–91.

⁴⁴Heryati Setyaningsih, Komar Sumantadinata, and Nurheni Sri Palupi, “Kelayakan Usaha Budi Daya Rumput Laut Kappaphycus Alvarezii Dengan Metode Longline Dan Strategi Pengembangannya Di Perairan Karimunjawa,” *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 7, no. 2 (2012): 138.

⁴⁵Sri Rochani Mulyani, *Metodologi Penelitian* (Bandung: CV. Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 12.



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

Kerangka pikir di atas menjelaskan hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk, yang mencakup kadar air, kebersihan, serta tekstur dan warna, berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hipotesis H1 yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan membeli produk tersebut. Selain itu, harga juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Harga yang dirasakan oleh konsumen, keterjangkauan harga, serta seberapa sensitif konsumen terhadap perubahan harga dapat memengaruhi minat untuk membeli, seperti dijelaskan dalam hipotesis H2. Konsumen biasanya mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai atau manfaat yang akan mereka peroleh. Selanjutnya, hipotesis H3 menyatakan bahwa harga memiliki hubungan dengan kualitas produk. Konsumen cenderung menilai apakah harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Oleh karena itu, keseimbangan antara harga dan kualitas menjadi pertimbangan penting sebelum melakukan pembelian.

Keputusan pembelian sendiri tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas dan harga, tetapi juga oleh faktor lain seperti ketersediaan produk, konsistensi pasokan, asal-usul dan legalitas produk, serta hubungan antara konsumen dan pemasok. Semua faktor ini saling berkaitan dan berkontribusi dalam membentuk keputusan akhir konsumen dalam membeli suatu produk.

D. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka konsep di atas, hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk keputusan terhadap pembelian

H1 : Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

H2 : Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

H3 : Ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kabupaten Luwu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi.⁴⁶

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik penelitian tertentu.⁴⁷ Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah *agriculture treader* sebanyak 52 orang di Kabupaten Luwu (Dinas Perikanan dan Kelauatan Kabupaten Luwu 2024).

2. Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dan dapat dianggap sebagai representasi dari populasi sehingga dianggap dapat mewakili setiap populasi yang diteliti.⁴⁸ Pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel di mana seluruh populasi digunakan sebagai

⁴⁶Karimuddin Abdullah Misbahul Jannah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2017), 22.

⁴⁷Trisna Rusmana et al., *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*, *Jurnal EQUILIBRIUM*, vol. 5 (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2010), 23.

⁴⁸Hardani et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, vol. 5 (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

sampel.⁴⁹ Sampel jenuh pada penelitian ini sebanyak 52 *agriculture trader*. Dimana 52 responden tersebut didapatkan berdasarkan kriteria berikut :

- a. Berdomisili di Kabupaten Luwu atau melakukan pembelian rumput laut di wilayah tersebut.
- b. Umur 20 Tahun keatas.
- c. Berjenis kelamin Laki-laki.
- d. Bekerja sebagai *agriculture trader* (+2 tahun).

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan objek yang diteliti, maka Penelitian ini akan dilakukan atau dilaksanakan di Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun, waktu penelitian ini dilakukan mulai dari observasi awal yaitu pada februari 2025 sampai selesai.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui beberapa Teknik, termasuk obsevasi awal (pengamatan) tentang alasan seseorang atau *agriculture terader* untuk membeli rumput laut. Selain itu, peneliti menggunakan kuesioner/angket kepada responden. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *agriculture trader* di Kabupaten Luwu.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan atau bertujuan untuk mengatasi masalah yang mungkin ditemukan oleh peneliti di beberapa model regresi,

⁴⁹Abdullah Ma'ruf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).

termasuk autokorelasi, heteroskedastisitas, linearitas, multikolinearitas, dan normalitas. Selain itu, uji asumsi klasik ini digunakan untuk menghindari bias, dan parameternya diberi label BLUE (Best Linier Unbiased Estimator).⁵⁰

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah distribusi variabel independen dan dependen normal. Untuk model regresi yang efektif, analisis grafik dan uji statistik harus dilakukan; kriteria penilaian Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih dari 0,05, maka data tersebut terdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05, maka data tersebut tidak terdistribusi normal.⁵¹

b. Uji Linearitas

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan apakah ada hubungan linier antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.⁵² Dalam tabel anova, baris linearitas menunjukkan hubungan linear antar variabel, dengan nilai signifikansi $< 0,05$.⁵³

⁵⁰Eviawati Kusumaningtyas et al., *Konsep dan Praktik Ekonometrika Menggunakan Eviews*, ed. Miftakus Surus (Lamongan: Academia Publication, 2022), 23.

⁵¹Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Koryati, edisi pert (Yogyakarta, 2022), 53.

⁵²Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup, 2022), 66-72.

⁵³Andang Sunarto, Desi Isnaini, and Fatimah Yunus, *Statistik Pembiayaan Bermasalah pada Bank* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 15-20.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel. Hasil uji harus menunjukkan bahwa tidak ada multikorelasi. Setelah hasilnya diterima, data dapat diterima. Ada dua kriteria yang digunakan untuk menilainya: nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Nilai batasan yang paling umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas, yaitu nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0.10.⁵⁴

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan apakah ada penyimpangan atau ketidaksamaan varian residual untuk setiap pengamatan dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika ada perbedaan varian. Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas, dua pendekatan digunakan: grafik scatterplot dan metode Glejser. Dalam kedua pendekatan, jika nilai sig t lebih besar dari 0,05, heteroskedastisitas tidak terlihat.⁵⁵

⁵⁴Ambrosya Frieria et al., "Konsep Dasar dan Penerapan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Eviews 10," *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 52–60, <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1521>.

⁵⁵Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*, Mandala Press, edisi pert (Sumatera: Mandala Press, 2021), 41-43.

2. Uji Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah model linier regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis satu variabel dependen dengan satu/lebih variabel independen.⁵⁶

Rumus berikut memberikan persamaan regresi linear berganda untuk penelitian ini:⁵⁷

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = Intersep/ konstanta regresi

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

ε = Disturbance error/ galat

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Variabel independen yang berdampak signifikan terhadap variabel dependennya ditentukan melalui uji ini.⁵⁸ Nilai Thitung dan Ttabel dibandingkan, dan hasilnya didasarkan pada perbandingan mereka. Di sini, nilai Thitung lebih besar dari Ttabel dan nilai signifikansi lebih besar

⁵⁶Zulfanita Dien Rizqiena dan Septin Puji Astuti Rizky Kusumawardhani, *Ekonometrika Suatu Pengantar*, Pertama (Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2021), 34-39.

⁵⁷Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 20.

⁵⁸Rizky Kusumawardhani, Zulfanita Dien Rizqiena dan Septin Puji Astuti. *Ekonometrika Suatu Pengantar*. Pertama. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2021, 12-13.

dari 0,05 menunjukkan penerimaan H1, sedangkan penolakan H1 sekaligus menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.⁵⁹

b. Uji Simultan (Uji F)

Koefisien regresi secara bersamaan (seluruhnya) diuji melalui uji F.⁶⁰ Ini juga menguji apakah variabel bebas X1 dan X2 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel tak bebas Y. Basis pengambilan keputusan uji F adalah perbandingan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Dalam situasi di mana taraf signifikansi adalah $\alpha = 5\%$ atau 0,05, derajat kebebasan pembilang (numerator, df) = $k - 1$ dan derajat kebebasan penyebut (denominator, df) = $n - k$, dan syarat-syarat berikut berlaku:

- 1) Jika nilai Sig lebih besar dari α dan nilai Fhitung lebih kecil dari Ftabel, maka H0 diterima, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel tak bebas.
- 2) Jika nilai Sig lebih besar dari α dan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka H1 diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel tak bebas.⁶¹

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan Untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel

⁵⁹Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 56.

⁶⁰Zulfanita Dien Rizqiena dan Septin Puji Astuti Rizky Kusumawardhani, *Ekonometrika Suatu Pengantar*, edisi pertama (Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2021), 21.

⁶¹I Made Yuliara, *Regresi Linier Berganda, Edisi Pertama*, Edisi pert (Jakarta: Udayana, 2020), 25.

dependen (Y).⁶² Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang lebih besar. Ini berarti bahwa nilai koefisien determinasi dapat menunjukkan seberapa baik model regresi yang digunakan.⁶³

F. Definisi Operasional Variable

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

NO.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Produk	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen	1. Kadar Air 2. Kebersihan 3. Tekstur dan Warna
2.	Harga	Harga adalah nilai tukar yang dinyatakan dalam uang atau satuan nilai lainnya yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa.	1. Persepsi Harga 2. Keterjangkauan Harga 3. Sensitivitas Harga 4. Elastisitas Permintaan
3.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah tindakan memperoleh barang atau jasa dengan memberikan	1. Kualitas Fisik 2. Harga 3. Ketersediaan dan Konsistensi Pemasak 4. Asal dan Legalitas 5. Hubungan dengan

⁶²Nurdin dan Miftahul Jannah, "Pengaruh Kualitas dan Fasilitas Website Shopee terhadap Kepuasan Konsumen," Jurnal Impresi Indonesia, 2022, 5-9, <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/65>.

⁶³Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi jadi Mudah dengan IBS SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 31.

		imbalan, biasanya berupa uang.	Pemasok
--	--	--------------------------------	---------



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Luwu secara geografis terletak antara 2°34'45'' hingga 3°30'30'' Lintang Selatan dan 120°21'15'' hingga 121°43'11'' Bujur Timur. Wilayah ini berada di bagian utara dan timur Provinsi Sulawesi Selatan, yang secara administratif berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten lainnya seperti Luwu Utara di sebelah utara, Kabupaten Tana Toraja dan Toraja Utara di sebelah barat, serta Teluk Bone di bagian timur. Kabupaten Luwu berjarak kurang lebih 400 kilometer dari Kota Makassar, ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan, dan dapat ditempuh melalui jalur darat maupun laut.

Secara administratif, Kabupaten Luwu memiliki batas wilayah yang strategis, yang berbatasan langsung dengan beberapa daerah penting di Provinsi Sulawesi Selatan. Di sebelah utara, Kabupaten Luwu berbatasan dengan Kabupaten Luwu Utara dan Kota Palopo, yang merupakan wilayah dengan aktivitas ekonomi dan pemerintahan yang cukup berkembang. Di sisi timur, wilayah ini dibatasi oleh Teluk Bone, yang sekaligus menjadi akses penting bagi kegiatan perikanan, transportasi laut, dan perdagangan antarwilayah pesisir timur Sulawesi. Di bagian selatan, Kabupaten Luwu berbatasan dengan Kota Palopo dan Kabupaten Wajo, yang turut memberikan kontribusi terhadap interaksi sosial dan mobilitas ekonomi masyarakat lintas daerah. Sementara itu, di sebelah **barat**, Kabupaten Luwu berbatasan langsung dengan daerah dataran tinggi yaitu Kabupaten Tana Toraja dan

Kabupaten Enrekang, yang memiliki karakteristik geografis dan budaya yang berbeda namun saling melengkapi dalam pembangunan kawasan tengah Sulawesi Selatan.

Daerah Kabupaten Luwu terbagi dua wilayah sebagai akibat dari pemekaran kota Palopo, yaitu wilayah Kabupaten Luwu bagian selatan yang terletak sebelah selatan kota Palopo dan wilayah yang terletak di sebelah utara kota palopo. Karena kondisi daerah yang demikian dibutuhkan sebuah Badan pengelola yang di sebut badan pengelola pembangunan Walmas (BPP Walmas) yang aktif hingga tahun 2008.

Disebelah timur wilayah Kabupaten Luwu dibatasi dengan teluk bone adalah Kecamatan yang berbatasan dengan teluk bone adalah Kecamatan Larompong, Larompong Selatan, Suli, Belopa, Kamandre, Belopa Utara, Pongrang, Pongrang Selatan, dan Bua. Dari Sembilan Kecamatan yang berbatasan dengan teluk bone tersebut terdapat banyak 37 desa/kelurahan yang diklasifikasikan sebagai daerah pantai, selebihnya sebanyak 190 desa/kelurahan adalah desa/kelurahan bukan pantai.⁶⁴

⁶⁴Dpmpstsp. "Profil Kabupaten Luwu". 2020. <https://dpmpstsp.sulselprov.go.id/publik-profil-kabkota?id=10>

Tabel 4. 1 Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kabupaten Luwu 2016⁶⁵

NO.	Kecamatan	Luas (Km ²)	Wilayah
1.	Larompong	22,25	7,51
2.	Larompong Selatan	131,00	4,37
3.	Suli	81,75	2,72
4.	Suli Barat	153,50	5,12
5.	Belopa	59,44	1,98
6.	Kamandre	52,44	1,75
7.	Belopa Utara	34,73	1,16
8.	Bajo	68,52	2,28
9.	Bajo Barat	66,30	2,21
10.	Bassessangtempe	178,12	5,94
11.	Latimojong	467,75	15,59
12.	Bassessangtempe utara	122,88	4,10
13.	Bupon	182,67	6,09
14.	Pondrang	107,09	3,57
15.	Pondrang Selatan	107,09	3,57
16.	Bua	204,01	6,80
17.	Walendrang	94,60	3,15
18.	Walendrang Timur	63,65	2,12
19.	Lamasi	42,20	1,41
20.	Walendrang Utara	259,77	8,66
21.	Walendrang Barat	247,13	8,24
22.	Lamasi Timur	57,65	1,92
Total		23.000,25	100

Luas wilayah administrasi Kabupaten Luwu kurang lebih 3.000,23 Km² terdiri dari 22 Kecamatan pada tahun 2015 yang dibagi habis menjadi 227 Desa/Kelurahan. Kecamatan Latimojong adalah Kecamatan terluas di Kabupaten Luwu, luas Kecamatan Latimojong tercatat sekitar 467,75 km² atau sekitar 15,59 persen dari luas Kabupaten Luwu, menyusul kemudian Kecamatan Walendrang Utara dan Walendrang barat dengan luas masing-masing sekitar 259,77 Km² dan 247,13 Km² atau 8,66 persen dan 8,24 persen. Sedangkan kecamatan yang memiliki luas wilayah terkecil adalah

⁶⁵Badan Pusat Statistik. "Data Perikanan Tangkap 2023-2024." Luwu, 2024.

Kecamatan Belopa Utara dengan luas kurang lebih 34,73 Km² atau hanya sekitar 1,16 persen.

2. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis untuk menjelaskan data penelitian secara umum. Data dikumpulkan untuk kemudian diolah menjadi data yang menghasilkan informasi yang jelas dan mudah dipahami. Hasil uji statistik deskriptif penelitian mencakup nilai rata-rata (mean), nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maximum), serta standar deviasi dari tiap variabel penelitian terhadap sampel perusahaan. Perolehan hasil analisis statistik deskriptif dapat ditinjau pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	52	30	45	37.19	3.329
X2	52	32	46	37.98	3.123
Y	52	45	51	47.37	1.166
Valid N (listwise)	52				

Berdasarkan hasil deskriptif statistik tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (N) dalam penelitian ini berjumlah 52 sampel dengan penjelasan tabel di atas sebagai berikut:

- a. Variabel X1 memiliki 52 sampel dengan nilai yang berkisar antara 30 hingga 45. Rata-rata nilai sebesar 37,19 menunjukkan bahwa sebagian besar data terkonsentrasi di sekitar angka ini. Simpangan baku sebesar

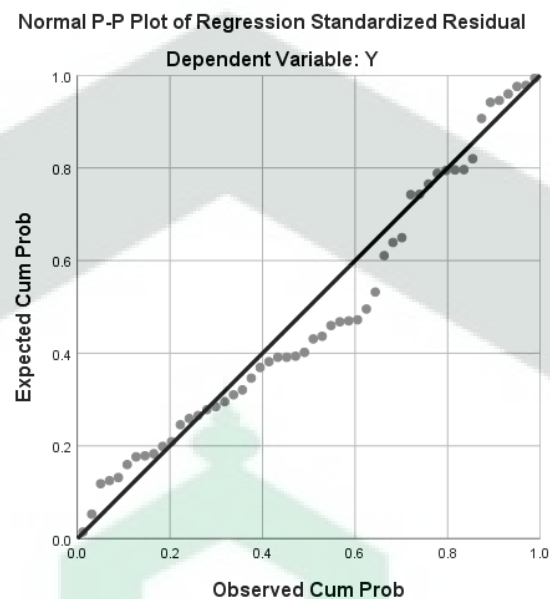
3,329 mengindikasikan adanya variasi yang moderat dalam distribusi data, sehingga beberapa nilai mungkin berbeda cukup signifikan dari rata-rata, tetapi tidak terlalu menyimpang.

- b. Variabel X2 memiliki jumlah sampel yang sama dengan X1, yaitu 52. Rentang nilai dalam variabel ini adalah 32 hingga 46, dengan rata-rata 37,98. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar sampel cenderung memiliki nilai yang mendekati angka tersebut. Simpangan baku sebesar 3,123 menunjukkan penyebaran data yang relatif kecil, sehingga nilai-nilai sampel tidak terlalu menyimpang dari rata-ratanya.
- c. Variabel Y memiliki rentang nilai yang lebih kecil dibandingkan X1 dan X2, yaitu antara 45 hingga 51. Rata-rata nilai sebesar 47,37 menunjukkan bahwa data terkonsentrasi dengan sangat baik di sekitar angka ini. Simpangan baku yang kecil, yakni hanya 1,166, mengindikasikan bahwa distribusi data sangat rapat dan homogen, sehingga nilai-nilai sampel cenderung sangat dekat dengan rata-rata.

3. Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa grafik hasil pengujian normal probability plot (Normal P-P Plot) menunjukkan hasil pola yang tidak terlalu melenceng jauh dari garis normal, dimana sebaran data membentuk mengikuti garis diagonal grafik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini memiliki data yang terdistribusi normal. Normalitas data juga di uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4. 3 Uji Normalitas Kolmogorov**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.80887058
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.144
	Negative	-.075
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c

Berdasarkan hasil output SPSS (Tabel 4.3), diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,009. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan memastikan bahwa hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam suatu model analisis regresi bersifat linear. Berikut hasil uji linearitas dengan program SPSS:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk (X1) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	69.344	48	1.445	156.324	.001
		Linearity	33.048	1	33.048	3576.070	.000
		Deviation from Linearity	36.296	47	.772	83.564	.002
	Within Groups		.028	3	.009		
	Total		69.372	51			

Tabel 4.4 menunjukkan nilai signifikansi pada baris linearty (0,000) < 0,05, artinya terdapat hubungan linear antara variabel Kualitas Produk dengan variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 4. 5 Hasil Uji linearitas Harga (X2) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	67.174	45	1.493	4.075	.041
		Linearity	9.377	1	9.377	25.600	.002
		Deviation from Linearity	57.797	44	1.314	3.586	.056
	Within Groups		2.198	6	.366		
	Total		69.372	51			

Tabel 4.5 menunjukkan nilai signifikansi pada baris linearty $(0,002) < 0,05$, artinya terdapat hubungan linear antara variabel Harga dengan variabel Keputusan Pembelian.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabelbebas (independeden) dalam suatu model regresi. Untuk menghindari bias dalam model regresi, tidak boleh terjadi multikolinearitas antar kualitas produk, harga dan inovasi produk. Adapun hasil uji multikolinearitas dengan program SPSS, yaitu:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	58.703	1.717		34.197	.000		
X1	-.224	.036	-.639	-6.253	.000	.941	1.062
X2	-.079	.038	-.213	-2.083	.042	.941	1.062

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.6 menunjukkan nilai Tolerance dan VIF yang diperoleh (Tolerance mendekati 1 dan VIF di bawah 10), tidak ada indikasi kuat adanya multikolinearitas antara variabel independen X1 dan X2 dalam model regresi ini.

d. Uji Heteroskedastisitas

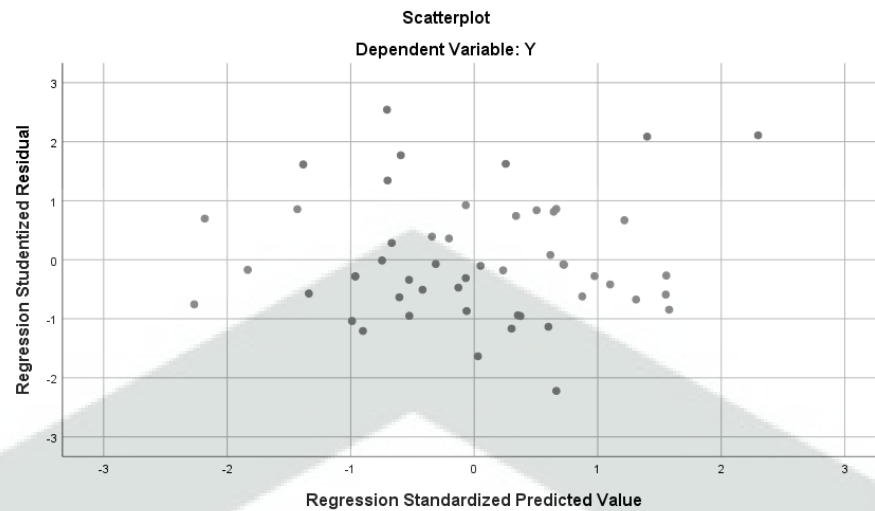
Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mendeteksi apakah varians residual dalam model regresi adalah konstan atau tidak. Dalam regresi linear, asumsi homokedastisitas (variens residual yang sama untuk semua nilai variabel independen) harus terpenuhi. Jika variens residual tidakkonstan, maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat menyebabkan hasil analisis menjadi bias. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan Metode Glejser pada program SPSS, yaitu:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Glejser*

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	1.136	1.037		1.095
	X1	-.015	.022	-.100	-.682
	X2	.001	.023	.008	.056
					Sig.
					.279
					.498
					.956

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan X1 (0,498) > 0,05, artinya tidak dan nilai signifikan X2 (0,956) > 0,05. Artinya data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *Scatter Plot* :



Gambar 4. 2 Uji Heteroskedasitas dengan Metode *Scatter Plot*

Berdasarkan Grafik Scatter Plot tersebut menunjukkan adanya penyebaran pola yang tidak beraturan, maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS, yaitu:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58.703	1.717		34.197	.000
	X1	-.224	.036	-.639	-6.253	.000
	X2	-.079	.038	-.213	-2.083	.042

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan Tabel 4.8, yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 58,703 + (-0,224) + (-0,79) + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat di simpulkan bahwa:

1. Konstanta sebesar 58,703 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen X1 dan X2 sama dengan nol, maka nilai variabel dependen (Y) diperkirakan sebesar 58,703. Nilai t-statistik sebesar 34,197 dengan tingkat signifikansi 0,000 (di bawah 0,05) menunjukkan bahwa konstanta ini signifikan secara statistik dan berpengaruh nyata dalam model regresi.
2. Koefisien regresi untuk variabel X1 adalah -0,224, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 unit pada variabel X1 akan menyebabkan penurunan sebesar 0,224 unit pada variabel Y, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Beta standardized sebesar -0,639 menunjukkan bahwa X1 memiliki pengaruh negatif yang cukup kuat terhadap variabel Y. Nilai t-statistik

sebesar -6,253 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh variabel X1 terhadap Y signifikan secara statistik.

3. Koefisien regresi untuk variabel X2 adalah -0,079, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 unit pada variabel X2 akan menyebabkan penurunan sebesar 0,079 unit pada variabel Y, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Standardized Beta sebesar -0,213 menunjukkan bahwa pengaruh X2 terhadap Y tidak sebesar pengaruh X1. Nilai t-statistik sebesar -2,083 dengan tingkat signifikansi 0,042 menunjukkan bahwa pengaruh variabel X2 terhadap Y signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 5% ($p < 0,05$).

3) Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (T)

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Adapun hasil uji t dengan program SPSS, yaitu:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T Sig.
1	(Constant)	58.703	1.717		34.197 .000
	X1	-.224	.036	-.639	-6.253 .000
	X2	-.079	.038	-.213	-2.083 .042

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table 4.9 data dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel X1 memiliki koefisien regresi sebesar -0,224 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai t hitung sebesar -6,253. Hasil ini menunjukkan bahwa X1 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Y secara parsial. Artinya, jika nilai X1 meningkat satu satuan, maka nilai Y akan menurun sebesar 0,224 satuan, dengan asumsi variabel lain dalam model tetap konstan. Nilai Beta standar sebesar -0,639 juga menunjukkan bahwa X1 memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap Y. Dengan demikian, X1 merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan karena peningkatannya justru dapat menurunkan nilai Y secara signifikan.
2. Variabel X2 menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,079 dengan nilai signifikansi 0,042 ($p < 0,05$) dan nilai t hitung sebesar -2,083. Hasil ini menunjukkan bahwa X2 juga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Y secara parsial, meskipun pengaruhnya tidak sekuat X1. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada X2 akan menurunkan Y sebesar 0,079 satuan. Nilai Beta standar sebesar -0,213 mengindikasikan bahwa X2 memiliki kontribusi yang lebih kecil terhadap perubahan Y dibandingkan X1.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen atau bebas dalam suatu model regresi

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau terikat. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\text{-value} < 0,05$, berarti ada pengaruh simultan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.004	2	18.002	26.436	.000 ^b
	Residual	33.368	49	.681		
	Total	69.372	51			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh nilai F hitung sebesar 26,436 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari taraf signifikansi yang umum digunakan (0,05), maka hasil uji ini menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen (Y) berdasarkan variabel independen (X). Adapun hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS, yaitu:

Tabel 4. 11 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.499	.825

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Tabel 4.11 menunjukkan koefisien determinasi (R^2) pada Model Summary menunjukkan bahwa nilai R^2 adalah 0,519. Ini berarti bahwa 51,9% variasi dalam variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen X1 dan X2, sedangkan sisanya (48,1%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

B. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu. Berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan akan dibahas pada setiap variabel dengan dikaitkan oleh data pendukung. Berikut uraian pembahasan penelitian:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu.

Baerdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan kualitas produk (X1) dengan nilai thitung $(-6.253) < t_{tabel} (2,010)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar $-0,224$. Artinya pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, semakin baik atau tinggi kualitas produk yang ditawarkan, justru keputusan konsumen untuk membeli malah cenderung menurun. Dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak pada rumusan hipotesis pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y).

Penelitian ini dapat dipahami dalam konteks *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa keputusan manusia dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam kaitannya dengan kualitas produk, persepsi konsumen tentang atribut produk (seperti daya tahan, performa, dan estetika) membentuk sikap mereka terhadap produk tersebut, yang kemudian memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan kualitas

produk tidak hanya meningkatkan nilai fungsional tetapi juga menciptakan persepsi positif di benak konsumen.⁶⁶

Di sisi lain, penelitian ini juga menciptakan peluang untuk mengisi *research gap* terkait dengan perbedaan pengaruh kualitas produk pada segmen pasar yang berbeda. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya atribut spesifik produk seperti estetika, utilitas, dan layanan purna jual, tetapi masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi bagaimana atribut ini berpengaruh dalam konteks pasar yang heterogen, termasuk segmen berbasis usia, pendapatan, dan gaya hidup.

Implikasi praktis dari penelitian ini sangat penting bagi manajer pemasaran dan produsen. Dengan bukti empiris bahwa kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian, perusahaan harus memprioritaskan kontrol kualitas dan inovasi produk yang berkelanjutan. Selain itu, perusahaan dapat memperkuat komunikasi merek yang menekankan kualitas produk mereka agar lebih mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa produk berkualitas tinggi mampu meningkatkan loyalitas pelanggan di pasar yang kompetitif.⁶⁷

Sebagai rekomendasi akhir, penelitian ini mengusulkan agar perusahaan tidak hanya memperbaiki kualitas produk dari aspek

⁶⁶I Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 179–211.

⁶⁷Lita Limpo, Abdul Rahim, and H Hamzah, "Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision," *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 1, no. 1 (2018): 9–22, <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>.

fungsional tetapi juga dari sisi emosional dan estetis yang bisa menciptakan pengalaman pembelian yang lebih baik. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Studi lebih lanjut juga diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana atribut kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian pada produk berbasis layanan dan teknologi tinggi, guna memperkaya literatur yang ada serta memberikan dampak yang lebih luas.

2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rumput Laut di Kabupaten Luwu

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan Harga (X2) dengan nilai thitung $(-2.083) < ttabel (2,010)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar -0.079 . Artinya secara parsial terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ini berarti, jika harga produk semakin tinggi, maka konsumen semakin tidak tertarik untuk membeli. Dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak pada rumusan hipotesis pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y).

Dalam konteks teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Price-Perceived Quality*, yang menyatakan bahwa harga sering dianggap sebagai indikator kualitas produk. Konsumen cenderung mengaitkan harga tinggi dengan kualitas yang lebih baik, tetapi jika harga yang tinggi tidak diimbangi dengan kualitas yang memadai, maka persepsi negatif terhadap produk tersebut akan muncul. Selain itu, teori *Theory of Planned Behavior*

menegaskan bahwa sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan turut memengaruhi keputusan pembelian, termasuk dalam menilai harga produk. Ketika konsumen merasa bahwa harga produk tidak mencerminkan manfaat yang diperoleh, mereka cenderung beralih ke produk alternatif dengan harga yang lebih kompetitif.⁶⁸

Penelitian ini mengisi celah dalam literatur (*research gap*) dengan memberikan fokus pada dinamika harga dalam keputusan pembelian konsumen. Sebagian besar penelitian sebelumnya menitikberatkan pada kualitas produk sebagai faktor dominan dalam keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini menegaskan bahwa harga juga merupakan variabel penting yang memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam pasar yang kompetitif.⁶⁹ Studi sebelumnya oleh Hustic & Gregurec juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan rasio antara manfaat dan biaya yang mereka keluarkan sebelum membeli produk tertentu. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami preferensi konsumen untuk menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai mereka.⁷⁰

Dari perspektif praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi yang signifikan bagi perusahaan. Perusahaan harus mampu merancang

⁶⁸Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 179–211.

⁶⁹Ivan Reinaldo and Stefani Chandra, "The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkas Pekanbaru," *Chandra SJournal of Applied Business and Technology* 1, no. 2 (2020): 137–50, <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>.

⁷⁰Ivana Hustić and Iva Gregurec, "The Influence of Price on Customer's Purchase Decision," *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 2015, 1–6.

strategi harga yang tidak hanya kompetitif tetapi juga mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Strategi *value-based pricing*, misalnya, dapat diterapkan untuk menetapkan harga berdasarkan persepsi konsumen terhadap manfaat yang diperoleh dari produk tersebut⁷¹. Selain itu, diskon musiman dan promosi dapat digunakan untuk menarik lebih banyak konsumen tanpa mengorbankan margin keuntungan perusahaan. Dalam pasar dengan persaingan tinggi, kombinasi strategi harga yang cermat dan komunikasi nilai produk yang efektif dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan daya saing perusahaan.

Kesimpulannya, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya peran harga dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai elemen yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan kualitas produk. Dengan memahami preferensi konsumen dan menetapkan strategi harga yang sesuai, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar dan menciptakan pengalaman pembelian yang positif bagi konsumen. Penelitian ini juga membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh harga dalam kombinasi dengan elemen pemasaran lainnya, seperti kualitas produk, promosi, dan layanan purna jual, guna memperkaya literatur dan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen.

⁷¹Ari Iriawan Ilham, Sri Hartono, and Unang Toto Handiman, "The Influence of Product Quality, Price and Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions (Case: Hansaplast Koyo in Tangerang)," *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management* 5, no. 2 (2020): 2456–4559.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rumput Laut di Kabupaten Luwu.

Berdasarkan hasil uji F yang menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai $F_{hitung} (26.436) > F_{tabel} (2,794)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang signifikan secara simultan. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak pada rumusan hipotesis pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Dari perspektif teori, hasil ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991)⁷², yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap produk, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Konsumen cenderung memilih produk berdasarkan kombinasi antara kualitas yang dirasakan dan harga yang dianggap sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Teori ini juga relevan dengan *Theory of Price-Perceived Quality*, yang mengasumsikan bahwa harga dapat menjadi indikator kualitas, terutama jika didukung dengan komunikasi produk yang efektif.

Penelitian ini juga mengisi *research gap* yang berkaitan dengan dinamika simultan antara variabel kualitas produk dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian. Sebagian besar penelitian sebelumnya

⁷²Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

berfokus pada pengaruh parsial dari kualitas produk atau harga secara individu, tanpa menguji bagaimana keduanya saling berinteraksi dalam menciptakan keputusan pembelian yang lebih kompleks. Budiman mencatat bahwa interaksi antara harga dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan keputusan pembelian, terutama di segmen pasar dengan tingkat persaingan tinggi.⁷³

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan perlu mengadopsi strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan kualitas produk sambil tetap menjaga harga yang kompetitif. Strategi ini dapat mencakup pendekatan *value-based pricing*, yaitu penetapan harga berdasarkan persepsi konsumen terhadap nilai produk. Selain itu, komunikasi merek yang efektif juga diperlukan untuk memperkuat persepsi konsumen tentang hubungan antara harga, kualitas, dan manfaat produk. Reinaldo & Chandra menegaskan bahwa komunikasi yang kuat tentang nilai produk dapat meningkatkan minat beli konsumen, bahkan dalam situasi persaingan harga yang ketat⁷⁴.

Kesimpulannya, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor krusial yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami preferensi konsumen terkait kualitas dan harga, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan

⁷³Zaid Assidiki and Andika Nuraga Budiman, "The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS!," *Research of Business and Management* 1, no. 1 (2023): 21–31, <https://doi.org/10.58777/rbm.v1i1.20>.

⁷⁴Reinaldo and Chandra, "The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkas Pekanbaru."

menciptakan pengalaman pembelian yang lebih baik bagi konsumen. Penelitian ini juga membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai efek moderasi dari faktor-faktor seperti promosi, inovasi produk, dan layanan purna jual, guna memperkaya literatur pemasaran dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada keputusan pembelian (Y) rumput laut di kabupaten Luwu. Berdasarkan nilai thitung $(-6.253) < t_{tabel} (2,010)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar -224.
2. Secara parsial variabel harga (X2) memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada keputusan pembelian (Y) rumput laut di Kabupaten Luwu. Berdasarkan nilai thitung $(-2.083) < t_{tabel} (2,010)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar -.079.
3. Secara simultan variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) pada keputusan keputusan (Y) rumput laut di Kabupaten Luwu. Berdasarkan nilai Fhitung $(26.436) > F_{tabel} (2,010)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000

Berdasarkan kesimpulan penelitian, implikasi yang diperoleh yaitu:

- Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu, maka hal ini memiliki implikasi penting bagi pelaku usaha dan petani rumput laut. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran, mengingat konsumen cenderung mempertimbangkan mutu dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan

aspek pengolahan, pengemasan, dan pengendalian mutu produk secara menyeluruh.

- Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu, maka hal ini memiliki implikasi penting bagi pelaku usaha dan petani rumput laut. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran, mengingat konsumen cenderung mempertimbangkan mutu dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek pengolahan, pengemasan, dan pengendalian mutu produk secara menyeluruh.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian, implikasi yang diperoleh yaitu:

- Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu, maka hal ini memiliki implikasi penting bagi pelaku usaha dan petani rumput laut. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran, mengingat konsumen cenderung mempertimbangkan mutu dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek pengolahan, pengemasan, dan pengendalian mutu produk secara menyeluruh.

- Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumput laut di Kabupaten Luwu, maka hal ini memiliki implikasi penting bagi pelaku usaha dan petani rumput laut. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran, mengingat konsumen cenderung mempertimbangkan mutu dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek pengolahan, pengemasan, dan pengendalian mutu produk secara menyeluruh.

C. Saran

Saran dari peneliti sesuai dengan kesimpulan penelitian, yaitu:

1. Bagi pelaku usaha rumput laut di Kabupaten Luwu, disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas produk dan strategi penetapan harga agar dapat meningkatkan daya saing serta menarik minat konsumen secara berkelanjutan.
2. Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, diharapkan dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada petani maupun pengepul rumput laut dalam menjaga standar kualitas serta memahami dinamika harga pasar agar tercipta stabilitas usaha.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, kepercayaan konsumen, atau saluran distribusi guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan memperkaya kajian ilmiah terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian rumput laut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, Wanda Intan, and Nur Busyra. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 3 (2022): 47. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Alana, Melia Dhaniswari, Anam Syaiful, Utomo Prasetyo, Isna Safitri Aulia, and Aurelia Dewi Anjani Chika. "Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Berbasis Ekonomi Biru Melalui Pmeberdayaan Masyarakat Pesisir Teluk Saleh, Desa Labuhan Sangoro-Maronge, Kabupaten Sumbawa" 5, no. 3 (2024): 69–91.
- Ari, Kristiningsih, Hasibuan Sawarni, Hermawan, Adi Rahman Samsu, and Nurahayati. *Teknologi Pengolahan Ruput Laut*. Padang: CV. Hei Publishing Indonesia, 2016.
- Assidiki, Zaid, and Andika Nuraga Budiman. "The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS!" *Research of Business and Management* 1, no. 1 (2023): 21–31. <https://doi.org/10.58777/rbm.v1i1.20>.
- Batjo, Nurdin. "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian." *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 1–21.

Beatrice, C, and A Fahmi. "Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Produk Pada Perusahaan." *Prosiding*, 2021, 1–8.

Budiarto, Lod Sulivyo. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Bakery and Cake Pada Masyarakat Di Citra Raya Cikupa Kabupaten Tangerang 2019/2020." *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 22, no. November (2020): 2441–61.
<http://ejournal.stieppi.ac.id/index.php/ji/article/view/44>.

Busra, Yuli Anisah, and Zulkarnaini. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2020.

Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 211–24.

Dethan, Stevany Hanalyan, Ni Wayan Putu Meikapasa, and Theresia Suzanna Catharina. "Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rumpuk Laut Ud. Harkat Makmur." *Ganecswara* 16, no. 1 (2022): 1407–10.

Friera, Ambrosya, Desi Syahrani, Devi Sitanggang, Selvi Indriani, and Putri Sari Silaban. "Konsep Dasar Dan Penerapan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Eviews 10." *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 52–60.
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1521>.

Gofur, Abdul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Manajemen* 1, no. 3 (2023): 39.

<https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>.

Hafidh Fauzi, Dandy. “Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 6 (2021): 793–95. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>.

Haque-fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, and Heri Erlangga. *Konsep , Teori Dan Implementasi*. Palopo: Pascal Books, 2022.

Hardani, Andriani Helmina, Ustiawaty Jumari, and Juliana sukmana Dhika. *Buku Metode Penelitian Kualitatif. Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. Vol. 5. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.

Hustić, Ivana, and Iva Gregurec. “The Influence of Price on Customer’s Purchase Decision.” *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 2015, 1–6.

I Made Yuliara. *Regresi Linier Berganda, Edisi Pertama*. Edisi pert. Jakarta: Udayana, 2020.

Ilham, Ari Iriawan, Sri Hartono, and Unang Toto Handiman. “The Influence of Product Quality, Price and Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions (Case: Hansaplast Koyo in Tangerang).” *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management* 5, no. 2 (2020): 2456–4559.

Jannah, Karimuddin Abdullah Misbahul, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin Masita Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2017.

Juran, J.M, and Frank M. Gryna. *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*. Edited by McGraw-Hill. Ketiga., 1993.

Kambali, Imam, and Ani Syarifah. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung).” *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id* 10 (2020): 1–8.

Kamil, M, Fathia Rizqi, and Ajijah Jumani. “Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian” 1, no. 1 (2022): 207–8.

Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Cet. 1. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2019.

Kusumaningtyas, Eviawati, Sugiyanto, Eko Subagyo, and Jufri Jacob. *Konsep Dan Praktik Ekonometrika Menggunaka Eviews*. Edited by Miftakus Surus. Lamongan: Academia Publication, 2022.

Lenti, Marsela, Sabinus Beni, Yosua Damas Sadewo, and Usman. “Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen.” *Business, Economics and Entrepreneurship* 2, no. 2 (2020): 9–19. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v2i2.190>.

Ma'ruf, Abdullah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.

Mappigau, Ernawaty. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Permintaan Rumput Laut” 1, no. 1 (2022): 86. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10641>.

Mulyani, Sri Rochani. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Mustika Sari, Rissa, and Prihartono. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)* 5, no. 3 (2021): 1171–84.

Noor Mirna Asih Kamalita, Rini Rahayu Kurniati, Dadang Krisdianto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paguyuban Sentra Industri Keripik Dan Tempe Sanan Di Kota Malang)." *Bisnis, Jurusan Administrasi Administrasi*, 10, no. 1 (2021): 85–89.

Novitasari, Diah Ayu. "Analisis Kapabilitas Proses Untuk Pengendalian Kualitas Produk Pembatas Buku Industri Rumahan." *Jurnal Ekbis* 14, no. 2 (2015): 722. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v14i2.124>.

Nugraha, Billy. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup, 2022.

Nurdin dan Miftahul Jannah. "Pengaruh Kualitas Dan Fasilitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Impresi Indonesia*, 2022, 473–84. <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/65>.

Nurfauzi, Yogi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, Muhammad Yusuf, Muhammad Asir, Stkip Majenang, Stie Jambatan Bulan, Universitas Bina Bangsa, Stia Bandung, and I Makassar. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 1 (2023): 183–88.

Pertiwi, Ayu Bunga, Hapzi Ali, Franciscus Dwikotjo, and Sri Sumantyo. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)" 3, no. 6 (2022): 584.

Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBS SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.

Putri, Nilda Tri. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Padang: Andalas University Press, 2022.

Rachmawati, Anita, Any Agus Kana, and Yunita Anggarini. "Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab Di Nadiraa Hijab Yogyakarta." *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN* 1, no. 2 (2020): 187–200.
<http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>.

Reinaldo, Ivan, and Stefani Chandra. "The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkas Pekanbaru." *Chandra SJournal of Applied Business and Technology* 1, no. 2 (2020): 137–50. <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>.

Rizky Kusumawardhani, Zulfanita Dien Rizqiena dan Septin Puji Astuti. *Ekonometrika Suatu Pengantar*. Pertama. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2021.

Rohman, Fatchur. *Peran Faktor Sutisional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.

Rosyidi, Djalal, Aris Sri Widati, and Joko Prakoso. "Pengaruh Penggunaan

Rumput Laut Terhadap Kualitas Fisik Dan Organoleptik Chicken Nugget.”

Jurnal Ilmu Dan Teknologi Hasil Ternak 3, no. 1 (2008): 43–51.

Rusmana, Trisna, Danial Darwiis, Abd. Alatas Rahman, Wico J Tarigan, and

Zulfin Rachma Mufidah. *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*.

Jurnal EQUILIBRIUM. Vol. 5. Batam: CV. Rey Media Grafika, 2010.

Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. Edisi pert.

Yogyakarta, 2022.

Secapramana, Verina H. “Model Dalam Strategi Penetapan Harga.” *Ubaya* 9, no.

1 (2020): 30–43.

Setiawan, Edi Indra, Evi Surahman, and Burhan Rifuddin. “Analisis Faktor-

Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada PT. Semen Tonasa,

Tbk Di Kota Palopo.” *Jurnal of Islamic Economic and Bussiness* 2, no. 2

(2020): 52–56.

Setyaningsih, Heryati, Komar Sumantadinata, and Nurheni Sri Palupi. “Kelayakan

Usaha Budi Daya Rumput Laut *Kappaphycus Alvarezii* Dengan Metode

Longline Dan Strategi Pengembangannya Di Perairan Karimunjawa.”

MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil

Menengah 7, no. 2 (2012): 138.

Simanjuntak, Parell Tua Halomoan, Zainul Arifin, and Mukhammad Kholid

Mawardi. “Pengaruh Produksi, Harga Internasional Dan Nilai Tukar Rupiah

Terhadap Volume Ekspor Rumput Laut Indonesia (Studi Pada Tahun 2009 -

2014).” *Journal of Business Administration* 50, no. 3 (2017): 163–71.

Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian*

Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen.

Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Statistik, Badan Pusat. “Data Perikanan Tangkap 2023-2024.” Luwu, 2024.

Sudarmaji, Eka, Nana Nawasiah, Tyahya Whisnu Hendratni, Budi Astuti, and Aulia Keiko. “Menghitung Angka : Mengoptimalkan Margin,” no. April (2023): 262–68.

Sumarni, Sumarni, and Mursalim Mursalim. “Analisis Potensi Pasar Komoditi Rumput Laut Di Desa Kampung Bunga Kecamatan Lasolo Kabupaten Konawe.” *Jurnal Ilmiah Dikdaya* 11, no. 2 (2021): 267. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v11i2.223>.

Sunarto, Andang, Desi Isnaini, and Fatimah Yunus. *Statistik Pembiayaan Bermasalah Pada Bank*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.

Suparmi. “Mengenal Potensi Rumput Laut : Kajian Pemanfaatan Sumber Daya Rumput Laut Dari Aspek Industri Dan Kesehatan.” *Gema Pustakawan* 1, no. 1 (2009): 95–97.

Suyono. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Syahrir, Muhammad. “Analisis Strategi Pemasaran Rumput Laut (*Gracilaria* Sp) Di Kabupaten Bone.” *Jurnal Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 138–39.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

Tonce, Yosef, and Yoseph Darius Purnama Rangga. *Minat Dan Keputusan Pembelian*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022.

Utami, Indah Wahyu. *Konsumen Perilaku*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2021.

———. *Perilaku Konsumen*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2021.

Watianan, Suleman. “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Potensi Rumput Laut Di Desa Gomar Sungai Kecamatan Aru Selatan Kabupaten Kepulauan Aru,” no. 2 (2023): 58–73. <https://ejurnal.stiaalazka.ac.id/index.php/ojs-hipotesa/article/view/79>.

Yuli, Rachmawati, Johan Ahmad, and Ifan Dzulfikar. “Menganalisis Bagaimana Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Dari Promosi Media Sosial, Ulasan Produk, Dan Kepercayaan Merek Yuli.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 5508–18. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Mandala Press. Edisi pert. Sumatera: Mandala Press, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMPUT LAUT DI KABUPATEN LUWU

Lampiran 1 : Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan melalui google Forms dan disebar melalui grup social media dan secara langsung. Berikut pertanyaan kuisisionernya:

Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kadar Air						
1	Rumput laut yang saya terima tidak ada yang berbau busuk karena terlalu banyak air.					
2.	Rumput laut dengan kadar air yang rendah lebih mudah diolah dan lebih tahan lama					
3.	Kadar air rumput laut yang terlalu rendah membuat saya khawatir bahan mentah tersebut terlalu kering					
Kebersihan						
4.	Kebersihan rumput laut menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas bahan mentah					
5.	Saya tidak ragu untuk membayar lebih untuk rumput laut yang terjamin kebersihannya					
6.	Rumput laut yang sudah terbukti bersih lebih memudahkan saya dalam proses pengolahan dan produksi					

7.	Saya akan lebih cenderung membeli rumput laut yang kebersihannya sudah terjamin melalui sertifikasi atau inspeksi yang jelas					
Tekstur dan warna						
8.	Tekstur rumput laut sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli bahan mentah tersebut					
9.	Saya akan memilih rumput laut yang teksturnya tidak mudah patah atau rusak					
10.	Rumput laut dengan warna yang lebih terang dan cerah lebih saya anggap sebagai bahan mentah yang berkualitas					
11.	Warna rumput laut yang tidak alami atau terlalu pucat membuat saya mempertanyakan kualitasnya					

Harga (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Persepsi harga						
1.	Harga rumput laut yang terlalu tinggi membuat saya mempertimbangkan untuk membeli dari pemasok lain					
2.	Saya merasa harga yang lebih rendah tidak selalu berarti kualitas rumput laut yang buruk					
3.	Saya percaya bahwa harga rumput laut mencerminkan upaya yang dilakukan oleh pemasok untuk menjaga kualitas produk					
Keterjangkauan harga						
4.	Harga rumput laut yang terjangkau sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli					

	bahan mentah tersebut					
5.	Keterjangkauan harga rumput laut membuat saya lebih mudah untuk terus membeli produk tersebut secara rutin					
6.	Saya lebih cenderung membeli rumput laut dengan harga yang lebih terjangkau daripada yang lebih mahal, meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah					
Sensitivitas Harga						
7.	Saya selalu membandingkan harga rumput laut dari berbagai pemasok sebelum memutuskan untuk membeli					
8.	Jika harga rumput laut mengalami kenaikan yang signifikan, saya cenderung mencari alternatif pemasok yang menawarkan harga lebih rendah					
9.	Ketika harga rumput laut naik, saya cenderung mengurangi jumlah pembelian atau mencari bahan alternatif lain					
10.	Saya sering memantau fluktuasi harga rumput laut sebelum memutuskan kapan waktu terbaik untuk membeli					
Elastis Permintaan						
11.	Saya tetap membeli rumput laut meskipun harga naik, jika permintaan dari pelanggan saya tinggi					
12.	Saya lebih memilih membeli rumput laut dari pemasok dengan harga yang stabil daripada yang sering mengalami perubahan harga					

Keputusan pembelian (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kualitas Fisik						
1	Saya selalu memastikan rumput laut yang saya beli tidak mengandung kotoran atau benda asing seperti pasir dan serpihan kayu					
2.	Saya merasa kualitas fisik rumput laut yang baik dapat menjamin keberhasilan dalam proses produksi atau pengolahan lebih lanjut					
3.	Saya memastikan rumput laut yang saya beli tidak memiliki tanda-tanda serangan hama atau kerusakan akibat penyimpanan yang tidak baik					
Harga						
4.	Saya mempertimbangkan untuk membeli rumput laut di tempat yang menawarkan harga lebih terjangkau dibandingkan dengan tempat lain					
5.	Saya mempertimbangkan biaya tambahan seperti ongkos kirim dalam menentukan harga akhir rumput laut sebelum membeli					
6.	Saya merasa bahwa kenaikan harga rumput laut secara mendadak dapat membuat saya mengurangi atau menunda pembelian					
Ketersediaan dan Konsistensi Pasokan						
7.	Pemasok rumput laut yang saya pilih mampu menyediakan stok secara rutin tanpa mengalami kekosongan					

8.	Pemasok rumput laut saya memiliki sistem pengelolaan stok yang baik sehingga mampu memenuhi pesanan tanpa kendala					
9.	Saya memilih pemasok berdasarkan kemampuannya dalam menyediakan pasokan rumput laut secara berkelanjutan					
Asal dan Legalitas						
10.	Saya mempertimbangkan lokasi asal rumput laut sebelum melakukan pembelian untuk memastikan kualitasnya					
11.	Saya menghindari membeli rumput laut dari sumber yang tidak jelas asal-usulnya karena khawatir terhadap kualitas dan legalitasnya					
Hubungan dengan pemasok						
12.	Hubungan jangka panjang dengan pemasok saya sangat memengaruhi keputusan saya untuk terus membeli rumput laut dari mereka.					
13.	Komunikasi dengan pemasok saya berjalan dengan lancar dan mereka mudah dihubungi ketika saya membutuhkan informasi tambahan.					
14.	Pemasok saya selalu terbuka untuk mendiskusikan perubahan spesifikasi atau permintaan khusus terkait produk rumput laut yang saya beli.					
15.	Saya merasa bahwa hubungan baik dengan pemasok dapat membantu meningkatkan kelancaran operasional bisnis saya.					

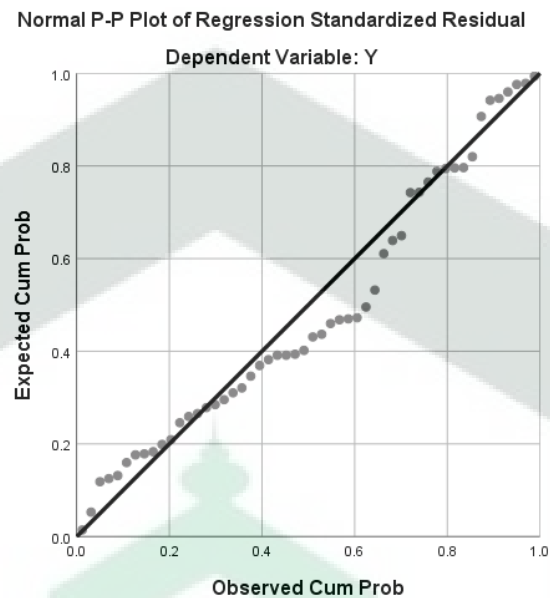
Lampiran 2 : Dokumentasi



Lampiran 3: Hasil Uji

Hasil Uji Asumsi Klasik

- Hasil Uji Normalitas



- Hasil Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk (X1) dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1 Between Groups	(Combined)	69.344	48	1.445	156.324	.001
	Linearity	33.048	1	33.048	3576.070	.000
	Deviation from Linearity	36.296	47	.772	83.564	.002
Within Groups		.028	3	.009		
Total		69.372	51			

Hasil Uji linearitas Harga (X2) dengan Variabel

Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2 Between Groups	(Combined)	67.174	45	1.493	4.075	.041
	Linearity	9.377	1	9.377	25.600	.002
	Deviation from Linearity	57.797	44	1.314	3.586	.056
Within Groups		2.198	6	.366		
Total		69.372	51			

• Hasil Uji MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	58.703	1.717		34.197	.000		
X1	-.224	.036	-.639	-6.253	.000	.941	1.062
X2	-.079	.038	-.213	-2.083	.042	.941	1.062

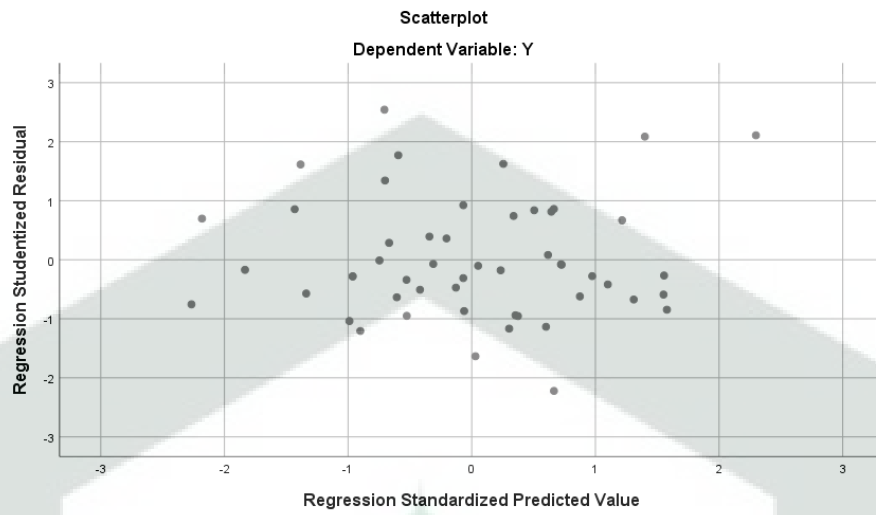
a. Dependent Variable: Y

• Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.136	1.037			1.095	.279
X1	-.015	.022	-.100		-.682	.498
X2	.001	.023	.008		.056	.956

a. Dependent Variable: Abs_RES



Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58.703	1.717		34.197	.000
	X1	-.224	.036	-.639	-6.253	.000
	X2	-.079	.038	-.213	-2.083	.042

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Hipotesis

- Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58.703	1.717		34.197	.000
	X1	-.224	.036	-.639	-6.253	.000
	X2	-.079	.038	-.213	-2.083	.042

a. Dependent Variable: Y

- Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.004	2	18.002	26.436	.000 ^b
	Residual	33.368	49	.681		
	Total	69.372	51			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.499	.825

a. Predictors: (Constant), X2, X1



Lampiran 4 : SK Pembimbing dan Penguji



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 446TAHUN 2024
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang	: a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan, penulisan dan pengujian skripsi bagi mahasiswa Program Sarjana, maka dipandang perlu mengangkat Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi; b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing dan Penguji sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat keputusan Dekan.
Mengingat	: 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi; 4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo menjadi IAIN Palopo; 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua atas PMA Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palopo; 6. Keputusan Rektor IAIN Palopo Nomor 370.1 Tahun 2016 tentang Pedoman Akademik Institut Agama Islam Negeri Palopo.
Memperhatikan	: Penunjukan Dosen Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah
MEMUTUSKAN	
Menetapkan	: KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
Kesatu	: Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas;
Kedua	: Tugas Dosen Pembimbing Skripsi adalah membimbing, mengarahkan, mengoreksi serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan Panduan Penyusunan Skripsi dan Pedoman Akademik yang ditetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan bimbingan tepat waktu;
Ketiga	: Tugas Dosen Penguji adalah mengoreksi, mengarahkan, mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan;
Keempat	: Pelaksanaan seminar proposal hanya dihadiri oleh Pembimbing dan Pembantu Penguji (II) sementara pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Munaqasyah dihadiri oleh Pembimbing, Penguji Utama (I) dan Pembantu Penguji (II);
Kelima	: Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2024;
Keenam	: Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan dan pengujian skripsi mahasiswa selesai serta akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya;
Ketujuh	: Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palopo
Pada tanggal, 10 September 2024

Dekan,

Anita Marwani



LAMPIRAN : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : 446 TAHUN 2024
TANGGAL : 10 SEPTEMBER 2024
TENTANG : PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

I. Nama Mahasiswa : Sarah Naura Mariana
NIM : 21 0403 0062
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

II. Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran 4P terhadap Pembelian Rumput Laut di Desa Lamasi Pantai.

III. Dosen Pembimbing dan Penguji :

Ketua Sidang	: Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
Sekretaris	: Dr. Fasiha, M.E.I.
Pembimbing	: Akbar Sabani, S.E.I., M.E.
Penguji Utama (I)	: Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I.
Pembantu Penguji (II)	: Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Dekan,

Anita Marwing

Lampiran 5 : Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Luwu, yang ditulis oleh Sarah Nuara Mariana NIM.2104030062, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk program sarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Senin, 19 Mei 2025 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian munaqasyah.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
Ketua Sidang

()
tanggal:

2. Ilham S.Ag. M.A
Sekretaris Sidang

()
tanggal:

3. Dr. Mujahidin, Lc., M.EI
Penguji I

()
tanggal:

4. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.
Penguji II

()
tanggal:

5. Akbar Sabani S.Ei, M.E
Pembimbing

()
tanggal:

Lampiran 6 : Nota Dinas Tim Penguji

Dr. Mujahidin, Lc., M.El.

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Akbar Sabani, S.E.I.M, M.E..

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. : Draft Skripsi
Hal : Kelayakan Pengujian Draf Skripsi
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

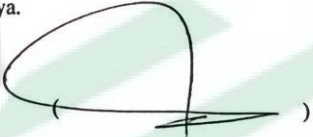
Nama	: Sarah Naura Mariana
Nim	: 2104030062
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada sidang ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

1. Dr.Mujahidin, Lc., M.El

Penguji I

()
tanggal:

2. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Penguji II

()
tanggal:

3. Akbar Sabani S.Ei, M.E

Pembimbing

()
tanggal:

Lampiran 7 : Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:

" Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumpot Laut di Kabupaten Luwu "

Yang ditulis oleh:

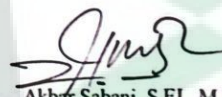
Nama : Sarah Naura Mariana
Nim : 2104030062
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya

Palopo, 14 Mei 2025

Dosen Pembimbing


Akbar Sabani, S.EI., M.E
NIP : 198504052025211004

Lampiran 8 : Nota Dinas Pembimbing

Akbar Sabani, S.EI., M.E.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. : Draft Skripsi

Hal : Kelayakan Pengujian Draft Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sarah Naura Mariana

Nim : 2104030062

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

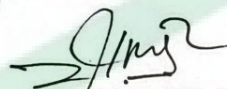
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian ~~seminar hasil~~ *Munawarrah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr.wb.

Pembimbing



Akbar Sabani, S.EI., M.E

NIP: 198504052025211004

Lampiran 9 : Verifikasi Naskah Skripsi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : Draf Skripsi
Hal : Skripsi a.n. Sarah Naura Mariana

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di_

Palopo

Assalamu 'alaikum Warohmatullah Wabarokatuh

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut :

Nama : Sarah Naura Mariana
NIM : 2104030062
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Rumput Laut di Kabupaten Luwu

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut:

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata Bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullah Wabarokatuh

Tim Verifikasi

1. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy
Tanggal : 25, April 2025

2. Eka Widiastuti, S.E
Tanggal : 18 April 2025
Jury

(.....)
(.....)



Sarah Naura Mariana, Lahir di Kota Palopo pada tanggal 20 Februari 2003, Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang Ayah Nandar dan Ibu Adriana Achmadsila. Saat ini penulis bertempat tinggal di Lamasi Pantai, Kecamatan

Walenrang Timur, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis selesai pada tahun 2009 di TK Ar-Ridha Lamasi Pantai. Kemudian penulis menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) tahun 2015 di Madrasah Ibtidayah 25 Lamasi Pantai. Kemudian di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 4 Walenrang hingga tahun 2018, ditahun yang sama melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 3 Palopo diselesaikan pada tahun 2021. Pada tahun 2021 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Contact Person Penulis : nauramariana0@gmail.com