

**HUBUNGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JAMU TOLAK ANGIN PT. SIDO MUNCUL PADA TOKO JAMU SEHAT
DI DESA LANGENSARI KECAMATAN UNGARAN BARAT**

Retno Djohar Juliani, Firda Nisafera Ulfa, Sintya Oktarina, Sri Praptono,
Ayu Masruroh NIM SN1930286
jretnodjohar@gmail.com/Masrurohayu18@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Tolak Angin PT Sido Muncul Pada Toko Jamu Sehat Desa Langensari Kecamatan Ungaran Barat. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel pada penelitian sebanyak 92 responden. Pengambilan sampel menggunakan rumus Issac dan Michael. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa tabulasi silang yaitu suatu analisa untuk mengetahui hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian jamu tolak angin PT. Sido Muncul pada Toko Jamu Sehat di Desaa Langensari Kecamatan Ungaran Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian jamu tolak angin yang ada di Toko Jamu Sehat Desa Langensari.

Kata kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Jamu Tolak Angin

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan maka tidak hanya vitamin dan obat- obatan yang diciptakan melalui bahan-bahan kimia modern yang permintaannya mengalami peningkatan, jamu sebagai produk tradisional juga tetap diminati oleh masyarakat. Banyaknya perusahaan jamu yang menawarkan varian produk yang sama, membuat persaingan menjadi ketat. Sehingga setiap perusahaan jamu harus melakukan kegiatan pemasarannya secara agresif agar dapat memenangkan persaingan.

Untuk meningkatkan volume penjualan maka perusahaan jamu melakukan penetrasi pasar dengan cara membuka counter jamu di berbagai tempat agar konsumen mudah memperoleh jamu yang diinginkan, membangun hubungan baik dengan para agen atau pengecer jamu agar mereka bersedia meningkatkan volume penjualan perusahaan dengan memberi kelonggaran atau tenggat waktu dalam

pelunasan pembayaran, membiayai mudik gratis bagi para agen jamu agar mereka memiliki loyalitas kepada perusahaan. Selain itu beragam produk baru jamu diluncurkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga perusahaan jamu berusaha hadir dengan inovasi-inovasi terbaiknya.

Untuk membesarkan usahanya maka perusahaan juga membangun citranya dengan mengembangkan program *CSR/Corporate Social Responsibility* guna membangun citra baik perusahaan di mata konsumen. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan bisa dalam bentuk perusahaan memiliki perhatian terhadap kebutuhan masyarakat dan peduli terhadap kesulitan yang sedang dialami oleh masyarakat dalam wujud pemberian beasiswa kepada para pelajar, membantu korban bencana alam, menjadi sponsor even bahkan bersedia membangun fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat.

PT. Sido Muncul adalah salah satu produsen jamu tradisional yang cukup dikenal di Indonesia. Berbagai produk diproduksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan untuk membantu menyembuhkan berbagai penyakit maupun gejala-gejala gangguan kesehatan yang diderita para pengguna produk perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir ini semakin banyak masyarakat yang beralih menggunakan produk jamu tradisional karena tidak mengandung bahan-bahan kimia seperti pada obat-obatan pabrik farmasi sehingga dapat mengurangi efek samping dari bahan kimia karena jamu tradisional terbuat dari tumbuhan empon- empon dan rempah- rempah yang tidak berbahaya bagi tubuh manusia.

Dari survey pendahuluan yang dilakukan maka dari berbagai produk yang dihasilkan oleh PT. Sido Muncul maka jamu Tolak Angin menjadi produk ikon karena memiliki volume penjualan yang paling tinggi di toko jamu Sehat di Desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat, dimana produk Tolak Angin ini dikonsumsi oleh masyarakat untuk meredakan batuk pilek atau masuk angin. Jamu Tolak Angin menjadi produk andalan dari PT. Sido Muncul yang selalu dimunculkan dalam setiap iklannya baik di Televisi, di koran – koran maupun di baliho di tepi jalan. Dengan jargonnya yang selalu diingat oleh masyarakat yaitu “Orang Pintar Minum Tolak Angin “. Walaupun begitu PT. Sido Muncul tetap terus mempertahankan standar mutu dan kualitas dari berbagai produk lain yang

dihasilkan serta melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk penyempurnaan produk- produknya. Produk yang dihasilkan oleh PT. Sido Muncul merupakan produk kesehatan yang sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat Indonesia.

PT. Sido Muncul menempatkan mereknya sebagai identitas, juga menjadikannya sebagai ekuitas merk yang tinggi bagi perusahaan dalam rangka mempertahankan image dan loyalitas jangka panjang. Karena merk yang bernilai adalah merk yang selama bertahun-tahun mampu menempatkan dirinya pada posisi puncak.

Sido muncul merupakan perusahaan jamu yang sudah dikenal oleh masyarakat dengan strategi promosi yang bagus, kemasan yang cukup menarik, dipasarkan secara luas dan harga yang bersaing. Dengan kualitas produk yang baik dan harga yang bersaing membuat produk jamu PT. Sido Muncul memiliki banyak peminat serta menjadikan jamu sebagai jalan keluar bagi sebagian masyarakat khususnya di desa Langensari, Ungaran Barat guna mengobati berbagai keluhan sakit yang diderita.

Kualitas produk, desain produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan, terutama pada kemasan dan warna kemasan. Dari survey pendahuluan yang dilakukan kepada konsumen jamu tolak angin maka kemasan produk jamu Tolak Angin dari PT. Sido Muncul belum menemukan inovasi yang terbaik saat konsumen mengkonsumsinya. Sampai saat ini konsumen dalam mengkonsumsi produk Tolak Angin masih dengan menyobek kemasan produk sehingga konsumen merasa susah atau tidak efektif dalam mengkonsumsi produk Tolak Angin. Selain itu pada kemasan, warna kemasan juga menjadi masalah yang harus dipecahkan oleh perusahaan, karena pada umumnya jamu masuk angin menggunakan warna kemasan yang sama yaitu warna kuning, sehingga citra produk susah ditanamkan dalam benak konsumen. Selain itu aroma jamu yang masih tercium saat dikonsumsi, membuat konsumen terutama yang tidak menyukai jamu, enggan melakukan keputusan pembelian.

Banyaknya perusahaan jamu yang menghasilkan produk yang sama jenis variannya maka produk jamu memiliki tingkat persaingan yang cukup ketat

sehingga perusahaan perlu mencermati tingkat harga yang ditetapkan sebagai sarana untuk memenangkan persaingan karena pada umumnya masyarakat ketika membeli produk yang dilihat pertama kali adalah harga produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan harga terhadap keputusan pembelian produk jamu tradisional Tolak Angin PT. Sido Muncul pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul dalam penelitian ini adalah **“HUBUNGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU TOLAK ANGIN PT. SIDO MUNCUL PADA TOKO JAMU SEHAT DI DESA LANGENSARI KABUPATEN UNGARAN BARAT ”**

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana harga Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat ?
2. Bagaimana keputusan pembelian Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat ?
3. Bagaimana hubungan harga terhadap keputusan pembelian Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul Pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat ?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui harga Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul Pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat .
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul Pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat.

3. Untuk mengetahui hubungan harga terhadap keputusan pembelian Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul Pada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat .

MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak :

1. Bagi Penulis
Dapat memperoleh pengalaman penelitian serta mengetahui hubungan harga terhadap keputusan pembelian jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul pada toko jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat.
2. Bagi akademis
Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang selanjutnya.
3. Bagi perusahaan
Dapat memberi masukan kepada Toko Jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat dalam menetapkan harga jamu Tolak Angin yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

KERANGKA TEORI

1. Harga

Definisi Harga

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya agar dapat sukses di pasar maka harus menetapkan harga yang bersaing, jika harga yang dipasarkan tidak tepat maka akan mengakibatkan pembeli tidak tertarik untuk membeli produk perusahaan. Dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena harga adalah alat tukar dalam transaksi. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah – ubah sesuai situasi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus

dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Menurut Samsul Ramli (2013:51), pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk.

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Harga berfungsi sebagai sebuah mekanisme ekonomi dengan memakai penawaran yang bisa didistribusikan di antara pelanggan di pasar. Hal itu juga bertindak sebagai indikator tentang sejauh mana penawaran diminta dan sejauh mana hal itu disediakan atau tersedia. Harga suatu produk merupakan nilai keseluruhan dari penawaran termasuk nilai dari semua bahan mentah dan jasa yang dipakai untuk membuat suatu penawaran. Harga layanan mempertimbangkan seluruh elemen yang terhubung dalam pembuatan layanan apa adanya.

Dengan demikian harga sangat berpengaruh dalam minat pembeli, dengan harga yang terjangkau dan disertai kualitas produk yang dijual cukup bagus maka akan mengundang minat pembeli untuk membeli produk yang dijual.

Berdasarkan pengertian harga yang diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah kompensasi relatif yang dinyatakan baik dalam bentuk uang maupun barang untuk mendapatkan manfaat, keuntungan, atau kepemilikan suatu barang atau jasa yang ditetapkan oleh pihak penjual di suatu tempat dan waktu tertentu dengan penuh akal sehat dan pertimbangan positif demi keberlangsungan proses ekonomi secara terus – menerus.

Indikator Harga

Indikator untuk variabel harga sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga : keterjangkauan harga adalah dimana harga yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan mampu menjangkau semua kalangan konsumen, dari mulai kalangan atas, menengah, sampai kalangan bawah.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk : mutu produk sesuai dengan harga yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan
- c. Daya saing : harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan mungkin sangat berbeda dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain yang menjual produk yang sama.
- d. Potongan harga : potongan harga ini perlu dilakukan oleh suatu perusahaan guna untuk menarik perhatian para konsumen agar mau membeli produknya.
- e. Kesesuaian harga dengan manfaat produk : suatu harga produk atau barang juga tergantung bagaimana manfaat dari produk tersebut kepada konsumen pada waktu konsumen membelinya.

2. Keputusan Pembelian

Definisi Keputusan Pembeli

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain.

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Kotler & Amstrong (2008), keputusan pembelian merupakan membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional.

Menurut Assauri (2004), keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-

kegiatan sebelumnya. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Dalam mengenal konsumen perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumen adalah tindakantindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Dengan demikian dapat dikatakan keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak membeli terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Indikator Keputusan Pembelian

Ada tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian (Kotler,2012), yaitu:

a. Kemantapan pada sebuah produk

Pada saat melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif. Pilihan yang ada didasarkan pada mutu, kualitas dan faktor lain yang memberikan kemantapan bagi konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan. Kualitas produk yang baik akan membangun semangat konsumen sehingga menjadi penunjang kepuasan konsumen.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama. Ketika konsumen telah melakukan keputusan pembelian dan mereka merasa produk sudah melekat dibenaknya

bahkan manfaat produk sudah dirasakan. Konsumen akan merasa tidak nyaman jika membeli produk lain.

c. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

Konsumen sering mengambil sebuah keputusan dengan menggunakan aturan (heuristik) pilihan yang sederhana. Heuristik adalah sebuah proses proses yang dilakukan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan secara cepat, menggunakan sebuah pedoman umum dalam sebagian informasi saja

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2005:26) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel.

Sugiyono (2017:23) menyatakan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya. Arikunto (2006:130) menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang membeli jamu Tolak Angin di toko jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat.

Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari

jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling menurut Sugiyono, (2016:81) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental random sampling* artinya orang yang datang berkunjung ke toko jamu Sehat di desa Langensari menjadi sampel dalam penelitian ini.

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Isaac and Michael. Jika dalam satu hari rata – rata pengunjung di agen jamu yang membeli jamu tolak angin sebanyak 20 orang, maka dalam satu bulan populasi penelitian sebanyak 600 orang yakni 20 orang x 30 hari.

Rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus Issac dan Michael dengan perhitungan sebagai berikut :

Rumus Issac dan Michael :

$$S = \frac{\pi^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \pi^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dimana :

S = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$\pi^2 = 1$

D = 0,05

P=Q= 0,5

Berdasarkan rumus diatas maka bisa ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan dari rata -rata pengunjung dalam satu bulan di Toko Jamu Sehat Desa Langensari Ungaran Barat sebanyak 600 orang.

$$S = \frac{1^2 \cdot 600 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (600 - 1) + 1^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = \frac{150}{0,0025 \cdot 599 + 0,25}$$

$$S = \frac{160}{1,7475} = 91,55$$
$$= 92$$

Jadi sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer berasal dari konsumen yang membeli Jamu Tolak Angin Sido Muncul di toko jamu Sehat di desa Langensari Kabupaten Ungaran Barat sebanyak 92 responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data dalam bentuk yang sudah jadi atau data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari toko jamu Sehat yang ada di desa Langensari Ungaran Barat yang telah menyetujui dan memberikan izin kepada peneliti dalam penulisan Tugas Akhir ini. Data sekunder dalam penelitian meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi beserta pembagian tugas dan tanggung jawab, serta visi dan misi perusahaan

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011). Sedangkan menurut Walgito (199;35) angket adalah pengumpulan data penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang

mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang sesuatu hal. Sebaliknya pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan angket yang mengharapkan jawaban berbentuk data nominal, ordinal, interval, dan ratio, adalah bentuk pertanyaan tertutup Sugiyono (2017:143). Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

2. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Proses studi kepustakaan dinilai sebagai tindakan mengumpulkan sejumlah data. Data inilah yang nantinya dipakai penulis untuk ditambahkan atau dicantumkan ke dalam laporan Tugas Akhir. Sehingga apa yang ditulis bukan berupa karangan melainkan data valid atau data yang benar-benar bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya (Nasir).

Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan diproses atau diolah kembali dengan cara sebagai berikut:

1. *Editing* (mengorganisasi data)

Proses editing merupakan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi, dan kelengkapan data yang sudah terkumpul. Penulis mengedit data yang sudah masuk dengan cara mengklarifikasi daftar pertanyaan yang sudah disusun, kemudian dilengkapi jika ada kekurangan

2. *Coding* (pengkodean data)

Pemberian kode pada data yang dimaksudkan untuk menerjemahkan data dalam bentuk angka. Dalam pemberian kode ini penulis bermaksud untuk memudahkan penghitungan data yang telah terkumpul dan diedit.

3. *Scoring* (pemberian nilai pada data)

Memberikan nilai pada setiap pertanyaan/ pernyataan yang diajukan kepada responden.

Dalam penelitian ini Harga diukur dengan skala sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban “SS” Sangat Setuju diberi nilai = 5
- b. Untuk jawaban “S” Setuju diberi nilai = 4
- c. Untuk jawaban “CS” Cukup Setuju diberi nilai = 3
- d. Untuk jawaban “TS” Tidak Setuju diberi nilai = 2
- e. Untuk jawaban “STS” Sangat Tidak Setuju diberi nilai = 1

Dalam penelitian ini Keputusan Pembelian diukur dengan skala sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban “ST” Sangat Tinggi diberi nilai = 5
- b. Untuk jawaban “T” Tinggi diberi nilai = 4
- c. Untuk jawaban “CT” Cukup Tinggi diberi nilai = 3
- d. Untuk jawaban “TT” Tidak Tinggi diberi nilai = 2
- e. Untuk jawaban “STT” Sangat Tidak Tinggi diberi nilai = 1

4. *Tabulating* (tabulasi data)

Tabulasi merupakan kegiatan menggambarkan jawaban responden dengan cara tertentu. Tabulasi dapat juga digunakan untuk menciptakan statistik deskriptif variabel yang diteliti atau variabel yang akan di tabulasi silang.

Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono,2018:482).

Data yang diperoleh dari responden ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan tabel induk serta dianalisis dengan menggunakan tabulasi silang. Analisis tabulasi silang digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko jamu Sehat di desa Langensari Kecamatan Ungaran Barat.

PEMBAHASAN

Perhitungan Skor Harga :

Dari pertanyaan yang diajukan kepada responden maka terdapat 12 pertanyaan yang bisa di skor. Pertanyaan berjenjang 5 (lima) sehingga dapat diperoleh Nilai Tertinggi (Nt) dan Nilai Terendah (Nr) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$Nt = 12 \times 5 = 60$$

$$Nr = 12 \times 1 = 12$$

Perhitungan Interval Kelas (I) sebagai berikut :

$$I = \frac{Nt - Nr}{5}$$

$$I = \frac{60 - 12}{5}$$

$$I = \frac{48}{5}$$

$$I = 9,6$$

$$I = 9,6$$

$$I = 9,6 \text{ dibulatkan menjadi } 10$$

$$I = 10$$

Sehingga Skala Interval Kelas (I) dari Harga sebagai berikut :

$$\text{Sangat Setuju/SS} = 51 - 60$$

$$\text{Setuju/S} = 41 - 50$$

$$\text{Cukup Setuju/CS} = 31 - 40$$

$$\text{Tidak Setuju/TS} = 21 - 30$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju/STS} = 12 - 20$$

Tabel 3.1
Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Harga

Harga	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	27	29
Cukup Setuju	65	71
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	92	100

Sumber : Tabel induk yang diolah, 2023

Dari hasil olah data diatas diketahui bahwa sebanyak 27 responden (29%) memilih setuju dengan harga produk jamu Tolak Angin di toko jamu Sehat dan 65 responden (71%) memilih cukup setuju. Hal ini disebabkan karena harga jamu yang ada di toko jamu Sehat menurut responden sesuai dengan pelayanan yang diterima, adanya pemberian potongan harga, manfaat dan rasa seduhan jamu sesuai seperti yang diinginkan oleh responden.

Perhitungan Skor keputusan pembelian :

Dari pertanyaan yang diajukan kepada responden maka terdapat 10 pertanyaan yang bisa di skor. Pertanyaan berjenjang 5 (lima) sehingga dapat diperoleh Nilai Tertinggi (Nt) dan Nilai Terendah (Nr) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$Nt = 10 \times 5 = 50$$

$$Nr = 10 \times 1 = 10$$

Perhitungan Interval Kelas (I) sebagai berikut :

$$I = Nt - Nr$$

5

$$I = 50 - 10$$

5

$$I = 40$$

$$----- = 8$$

5

Sehingga Skala Interval Kelas (I) dari Keputusan Pembelian sebagai berikut :

$$\text{Sangat Tinggi/ST} = 43 - 50$$

$$\text{Tinggi/T} = 35 - 42$$

$$\text{Cukup Tinggi/CT} = 27 - 34$$

$$\text{Tidak Tinggi/TT} = 19 - 26$$

$$\text{Sangat Tidak Tinggi/STT} = 10 - 18$$

Tabel 3.2

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Sangat Tinggi	45	49
Tinggi	40	44
Cukup Tinggi	7	7
Tidak Tinggi	-	-
Sangat tidak Tinggi	-	-
Jumlah	92	100

Sumber : Tabel induk yang diolah, 2023

Dari hasil data diatas diketahui bahwa sebanyak 45 responden (49%) keputusan untuk melakukan pembelian sangat tinggi, sebanyak 40 responden (44%) menyatakan tinggi, dan 7 responden (7%) menyatakan cukup tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden keputusan untuk membeli Jamu Tolak Angin Sido Muncul sangat tinggi.

Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hubungan harga terhadap keputusan pembelian ditampilkan dalam Analisa Tabulasi Silang.

Tabel 3.3
Tabulasi Silang antara Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Harga (X)	Keputusan Pembelian (Y)					Jumlah (%)
	ST	T	CT	TT	STT	
SS	-	-	-	-	-	-
S	19 (21%)	7 (7%)	2 (2%)	-	-	28 (30%)
CS	26 (29%)	33 (36%)	5 (5%)	-	-	64 (70%)
TS	-	-	-	-	-	-
STS	-	-	-	-	-	-
Jumlah (%)	45 (49%)	40 (44%)	7 (7%)	-	-	92 (100)

Sumber : Tabel Induk Yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel induk 3.3 yang telah diolah dapat diketahui hubungan harga terhadap keputusan pembelian, responden sebanyak 19 (21%) menyatakan setuju terhadap harga jamu sehingga keputusan pembelian sangat tinggi, sebanyak 7 (7%) responden menyatakan setuju terhadap harga jamu sehingga keputusan pembelian tinggi, sebanyak 2 (2%) responden menyatakan setuju dengan harga jamu sehingga keputusan pembelian cukup tinggi.

Sebanyak 26(29%) responden menyatakan cukup setuju terhadap harga yang ditetapkan sehingga keputusan pembelian sangat tinggi, sebanyak 33(36%) menyatakan cukup setuju terhadap harga sehingga keputusan pembelian tinggi, dan sebanyak 5(5%) menyatakan cukup setuju terhadap harga sehingga keputusan pembelian cukup tinggi.

PENUTUP

Simpulan

Setelah melakukan kegiatan penelitian pada Toko Jamu Sehat di Desa Langensari terkait hubungan antara harga jamu tolak angin Sido Muncul terhadap keputusan pembelian, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Sebanyak 29% responden setuju dengan harga produk jamu Tolak Angin di toko jamu Sehat, dan 71% menyatakan cukup setuju. Hal ini disebabkan karena harga jamu yang ada di toko jamu Sehat menurut responden sesuai dengan pelayanan yang diterima, adanya pemberian potongan harga, manfaat dan rasa seduhan jamu sesuai seperti yang diinginkan oleh responden
2. Sebanyak 49% responden keputusan untuk melakukan pembelian sangat tinggi, sebanyak 44% menyatakan keputusan untuk melakukan pembelian tinggi, dan 7% menyatakan keputusan untuk melakukan pembelian cukup tinggi.
3. Sebanyak 30% responden menyatakan setuju dan 70% menyatakan cukup setuju terhadap harga jamu tolak angin Sido Muncul sehingga 49% responden memiliki keputusan pembelian yang sangat tinggi dan 44% memiliki keputusan pembelian yang tinggi. Dengan demikian semakin setuju terhadap harga yang ditetapkan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada Toko Jamu Sehat di Desa Langensari adalah sebagai berikut :

1. Toko jamu dapat memberikan tambahan varian terhadap produk jamu yang dijual

2. Toko jamu dapat memperluas tempat dengan menambah meja kursi agar konsumen bisa lebih nyaman saat membeli jamu.
3. Toko jamu dapat memberikan voucher untuk konsumen per 5x pembelian, gratis 1x
4. Untuk memperbesar volume penjualan maka toko jamu Sehat dapat melayani penjualan secara on line agar konsumen yang lokasi rumahnya jauh dapat terlayani dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasan, A. (2011). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama
- Husein umar. 1998. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler dan amstrong, G. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: Penerbit Indeks
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung:PT. Refika Aditama
- Schiffman , Leon, L. Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. INDEKS
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Simamora, Bilson. 2011. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. 2014. ***Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D.*** Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. ***Metode Penelitian Bisnis.*** Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. ***Sistematika untuk penelitian.*** Bandung: alfabeta
- Tjiptono, fandy. 2014. ***Pemasaran Jasa.*** Yogyakarta: C.v andi offset
- Tjiptono, fandy. 2008. ***Strategi Pemasar***
- Sido muncul* <https://www.sidomuncul.co.id/id/history.html> *sejarah PT jamu dan Farmasi Sido Muncul*