

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

*Dasya Fitriana Putri, Shorea Khaswarina, dan Fanny Septya

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Riau

Jl. HR. Soebrantas, Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru, Indonesia, 28293

*e-mail Korespondensi : dasyaputri20@gmail.com

Abstract. *The diversity of branded local rice supply in the market will have an impact on competition. One of the ways that Anak Daro rice producers do to face the competition is to improve product quality, which will create an attraction for consumers to make purchasing decisions. It is important to study the effect of price, product quality, and brand image on purchasing decisions as a consideration for the rice agro-industry to improve the attributes attached to packaged rice. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality, and brand image simultaneously and partially on the purchasing decision of Anak Daro rice in Dumai Timur District. This research data collection technique used a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The statistical analysis method was multiple linear regression, and it has been analyzed by using SPSS software. In this study, 73 respondents were selected using the proportional random sampling method. The results of this study indicate that the variables of price (X1), product quality (X2), and brand image (X3) have a positive and significant effect on purchasing decisions for Anak Daro rice in East Dumai District.*

Keywords : Rice, Price, Product Quality, Brand Image, purchase decision

Abstrak. Keberagaman beras lokal bermerek yang beredar di pasaran akan berdampak pada persaingan. Persaingan di pasar beras perkotaan yang ketat, memungkinkan konsumen dapat berpindah dari satu produk ke produk lain sesuai dengan selera dan kebutuhan yang diinginkan. Salah satu cara yang dilakukan produsen beras anak daro dalam menghadapi persaingan tersebut, yaitu dengan meningkatkan kualitas produk yang akan menciptakan daya tarik bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kajian pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian penting untuk dilakukan sebagai bahan pertimbangan bagi agroindustri beras untuk meningkatkan atribut yang melekat pada beras kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur. Metode penelitian adalah survei menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Metode analisis statistik yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS. Pada penelitian ini dipilih sebanyak 73 responden dengan metode *proporsionate random sampling*. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur.

Kata kunci: Beras, Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Riau merupakan Provinsi yang berperan penting dalam perekonomian wilayah dan nasional terutama pada sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memperoleh perhatian besar dalam pembangunan nasional terutama yang berkaitan dengan pengelolaan dan pemanfaatan produk-produk strategis khususnya komoditas pangan. Beras merupakan komoditas pangan yang memiliki peran penting terkait dengan stabilitas ekonomi. Kebutuhan beras di Riau tahun 2020 sebesar 621.439 ton/tahun. Sementara, produksi beras di Riau tahun 2020 sebesar 139.131,46 ton beras atau hanya mampu memenuhi 22,38% dari kebutuhan beras di Riau. Dengan demikian, Provinsi Riau masih mendatangkan beras dari luar provinsi, yaitu Sumatera Barat, Jambi, Sumatera Utara, dan Sumatera Selatan (Yusri *et al.*, 2021).

Menurut BPS Riau (2021), pada tahun 2019, produksi beras lokal tertinggi terjadi pada bulan februari sebesar 24.718,47 ton dan produksi terendah pada tahun 2019 terjadi pada bulan November sebesar 1.465,95 ton. Pada tahun 2020 produksi beras lokal tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar 25.146,27 ton dan produksi terendah terjadi pada bulan Oktober sebesar 1.589,85 ton. Secara tidak langsung Provinsi Riau memiliki ketergantungan pada provinsi lain dalam pemenuhan kebutuhan pokok beras sehingga terjadi peningkatan permintaan produksi beras dari luar provinsi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi beras di Riau.

Produksi beras lokal Riau yang rendah di beberapa daerah diakibatkan oleh masyarakat yang beralih profesi ke komoditas perkebunan yaitu karet dan kelapa sawit. Rusaknya daerah tangkapan air hujan (*catchment area*) di Riau mengakibatkan terbatasnya sumber air dan 30% kondisi irigasi lainnya sudah banyak yang mengalami kerusakan sehingga irigasi tersebut tidak berhasil mengairi persawahan yang ada di daerah Riau (Hardison dan Pramana, 2021).

Salah satu kota di Provinsi Riau yang memiliki hasil produksi beras terbesar adalah Kota Dumai. Produksi beras yang dihasilkan Kota Dumai tahun 2020 sebesar 2.058,610 ton dan total konsumsi beras lokal yang dihasilkan sebesar 29.429,050 ton/tahun dengan jumlah penduduk 316.782 jiwa (BPS Riau, 2021). Kota Dumai terdiri dari tujuh kecamatan salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk terpadat adalah Kecamatan Dumai Timur. Beragam

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur jenis merek beras yang berada di pasar beras perkotaan menghasilkan selera yang berbeda setiap konsumen. Salah satu merek beras yang memiliki permintaan tinggi di pasar beras perkotaan adalah beras anak daro.

Beras anak daro merupakan salah satu beras dari Sumatera Barat yang selalu tersedia di pasaran dan paling banyak diminati khususnya masyarakat yang berasal dari Sumatera (Yusri *et al.*, 2021). Keunggulan beras anak daro memiliki ciri fisik yang khas yaitu tekstur pera (lunak dan mudah terpisah), bentuk bulir beras agak kecil, dan mengkilap seperti kristal. Kualitas beras dengan rasa yang khas, dan harga yang kompetitif akan membuat konsumen loyal untuk melakukan pembelian berulang beras anak daro (Oktiadi, 2014).

Semakin baik perusahaan menawarkan strategi penetapan harga, maka konsumen akan semakin senang sehingga mereka akan membeli produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan strategi menetapkan harga merupakan salah satu faktor penting untuk menarik perhatian minat konsumen dalam melakukan pembelian produk (Alfath, 2020). Menurut Hidayat (2017), harga terjangkau menciptakan minat beli konsumen yang akan berdampak pada tingginya keputusan pembelian.

Menurut Wirawan dan Seminari (2021), kualitas sangat penting bagi konsumen dan menjadi penilaian utama dalam membeli suatu produk. Citra merek yang baik akan memudahkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Harga, citra merek, dan kualitas produk meningkatkan penilaian konsumen pada atribut penilaian beras sehingga hal ini memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, kajian pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian penting untuk dilakukan sebagai bahan pertimbangan bagi agroindustri beras untuk meningkatkan atribut yang melekat pada produk beras kemasan. Berdasarkan uraian fenomena-fenomena diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Dumai Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai. Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Dumai Timur merupakan kecamatan dengan penduduk terpadat dibandingkan kecamatan lain sehingga kepadatan penduduk menjadikan pergerakan distribusi komoditas beras yang masih masih berguna untuk memenuhi kebutuhan pangan pokok. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari beberapa populasi yang bersifat alamiah dengan cara mengumpulkan dan menyebarkan kuesioner di mana peneliti tidak memberikan perlakuan seperti dalam eksperimen (Sugiyono, 2014).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan/peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel (Widiasworo, 2019). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Proportionate stratified random sampling*. *Proporsionate stratified random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam populasi apabila memiliki anggota/elemen yang tidak seragam (heterogen) dan ditentukan sampel secara proporsional (Sugiyono, 2012). *Proporsionate stratified random sampling* terdiri dari kategori, kelompok atau golongan. Sampel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sampel wilayah dan sampel penduduk. Sampel wilayah adalah kelurahan Buluh kasap, Jaya Mukti, Tanjung Palas, Bukit Batrem, dan Teluk Binjai. Sampel penduduk adalah penduduk yang berlokasi di Kecamatan Dumai Timur dengan jumlah penduduk 65.123 orang dan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 17.668 orang yang menetap di Kecamatan Dumai Timur.

Populasi dalam penelitian adalah rumah tangga di setiap kelompok kelurahan di Kecamatan Dumai Timur. Populasi rumah tangga pada tahun 2021 sebanyak 17.668 orang. Menurut Widodo (2017), jika jumlah populasi penelitian sangat banyak (lebih dari 1000) maka dapat menggunakan tabel Bartlett, Kortlik, dan Higgins dengan error (presisi) margin 10%. Jika jumlah populasi tidak terlalu banyak (antara 100-500) maka dapat menggunakan tabel Krejcie dan Morgan atau rumus formula slovin dengan error (presisi) margin 5%. Jumlah populasi rumah tangga di setiap kelurahan di Kecamatan Dumai Timur tersebut dimasukkan ke dalam rumus Dixon dan B.Leach dengan tingkat presisi yang digunakan yaitu 10% dan rumus *Proporsionate stratified random sampling*. Untuk menentukan besarnya sampel dapat digunakan rumus Dixon dan B.Leach sebagai berikut:

I. Persentase Karakteristik

$$\text{Rumus} : P = \frac{\sum \text{Kepala Keluarga}}{\sum \text{Total Penduduk}} \times 100\%$$

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

$$P = \frac{\sum 17.668}{\sum 65.123} \times 100\%$$

$$P = 27\%$$

II. Variabilitas

Rumus : $V = \sqrt{P(100 - P)}$
 $V = \sqrt{27(100 - 27)}$
 $V = \sqrt{1971}$
 $V = 44$

III. Jumlah Sampel

$$n = \left[\frac{Z \cdot V}{c} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1,96 \cdot 44}{10} \right]^2$$

$$n = 74$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 Z = Confidence level atau tingkatan kepercayaan 95% besarnya 1,96
 V = Variabilitas diperoleh dari hasil sebelumnya
 c = Concidence limit atau batas kepercayaan, besarnya 10%

Berdasarkan rumus Dixon dan B.Leach diatas maka jumlah sampel sebanyak 74 responden rumah tangga di Kecamatan Dumai Timur. Sampel ini akan disebarakan secara proporsional. Adapun untuk menentukan sampel dari masing-masing bagian digunakan rumus *Proportionate stratified random sampling* dalam Akdon dan Riduwan (2008), sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Keterangan :

- Ni = Jumlah populasi secara strata
 n = Jumlah sampel seluruh
 ni = Jumlah sampel menurut strata
 N = Jumlah populasi seluruh

Setelah mendapatkan jumlah sampel berdasarkan rumus Dixon dan B.Leach, sampel penduduk diambil berdasarkan jumlah Kepala Keluarga (KK) per kelurahan menggunakan rumus *Proportionate stratified random sampling*. Berikut jumlah responden yang akan dijadikan sampel per kelurahan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan Sampel di Setiap Kelurahan Kecamatan Dumai Timur

Kelurahan	Jumlah Kepala Keluarga (KK)	Jumlah Sampel
Tanjung Palas	2.978	12
Jaya Mukti	4.840	21
Teluk Binjai	4.421	18
Buluh Kasap	2.488	11
Bukit Batrem	2.941	12
Total	17.668	74

Sumber: Data Olahan, 2022

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian. Menurut Supomo (2018), data primer adalah data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (tanpa perantara). Sedangkan Data sekunder adalah data berupa informasi yang dapat diperoleh dari internet, jurnal penelitian, karya ilmiah, buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan penelitian.

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

Variabel Penelitian

Metode yang digunakan untuk mengukur variabel harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian, yaitu skala likert. Data yang diperoleh merupakan data kualitatif sehingga dengan analisis skala likert akan diperoleh data yang bersifat kuantitatif. Skala likert bertujuan untuk meyakinkan responden dalam mengisi kuesioner yang telah disediakan peneliti untuk setiap pernyataan. Skala likert merupakan alat untuk mengukur sikap positif sampai dengan negatif, wawasan, dan persepsi seseorang atau sekelompok masyarakat tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Tabel 2. Alat Pengukuran Variabel Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut indikator untuk setiap variabel.

1. Harga (X_1)

Harga adalah atribut produk yang digunakan sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Indikator yang akan diukur dari harga terdiri dari:

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan

2. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah karakteristik dari produk yang menyediakan kemampuannya agar menciptakan daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Indikator yang akan diukur dari kualitas produk terdiri dari:

1. Bersih
2. Rasa
3. Tampilan
4. Kemasan
5. Merek

3. Citra Merek (X_3)

Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merek dari produk terkait keputusan pembelian. Indikator yang akan diukur dari citra merek terdiri dari:

1. Kekuatan asosiasi merek
2. Keunggulan asosiasi merek
3. Keunikan asosiasi merek

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahapan konsumen dalam melakukan keputusan di mana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk. Indikator yang akan diukur dari keputusan pembelian terdiri dari:

1. Sesuai kebutuhan
2. Mempunyai manfaat
3. Ketepatan dalam membeli produk
4. Pembelian berulang

Analisis Uji Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2013), data yang diperoleh dari jawaban kuisisioner yang diukur menggunakan skala likert merupakan data ordinal sehingga perlu diubah menjadi data interval untuk menganalisis data secara statistik melalui *Method Of Succesive Interval* (MSI). Proses pengolahan data interval penelitian ini dilakukan dengan *Additional Instrument* (Add-Ins) melalui program Microsoft Excel. Setelah diubah menjadi data interval menggunakan MSI, analisis selanjutnya yang akan dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas.

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini menggunakan korelasi *pearson correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari suatu pertanyaan. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini merupakan jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka elemen pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka elemen pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. (Ghozali, 2018).

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa besar suatu instrumen setiap indikator dapat dipercaya dalam memperoleh hasil penelitian. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) menyediakan alat untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Elemen kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha* $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* $< 0,60$ (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk membuktikan apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik dikatakan berdistribusi normal jika data pada grafik histogram mengikuti garis normal dan distribusi data pada grafik *normal probability plot* berada di sekitar garis diagonal dengan nilai signifikansi uji *kolmogorov-smirnov* lebih besar dari α (0,05). Jika nilai signifikansi uji *Kolmogorov smirnov* lebih kecil dari α (0,05) maka tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan apakah suatu model regresi memiliki korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Menurut Ghozali (2018), jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka terjadi gejala multikolinearitas. Sedangkan jika *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. Nilai VIF yang dapat diterima adalah 10. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terdapat gejala multikolinearitas dan nilai VIF yang kurang dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terdapat terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk membuktikan apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Widodo (2017), model regresi yang baik, yaitu model yang tidak menghasilkan heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan melihat pola seperti titik-titik yang menyebar atau titik-titik bergelombang. Jika tidak ada pola yang jelas atau pola titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sarjono dan Julianita (2011), regresi linear berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel bebas (X). Oleh karena itu, regresi linear berganda akan dilakukan jika jumlah variabel bebas minimal dua. Regresi linear berganda digunakan untuk menjawab apakah terdapat hubungan fungsi antara variabel harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap variabel keputusan pembelian. Model persamaan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan pembelian
X ₁	= Harga
X ₂	= Kualitas produk
X ₃	= Citra merek
a	= Nilai konstanta
β	= Nilai koefisien regresi
e	= Standard error

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

4. Uji Hipotesis

Hipotesis Penelitian

Ho : Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel Harga:

Ho₁ : Harga (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha₁ : Harga (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel Kualitas Produk:

Ho₂ : Kualitas produk (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha₂ : Kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel Citra Merek:

Ho₃ : Citra merek (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha₃ : Citra merek (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018), hasil uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Proses pengujian F (simultan), yaitu setelah melakukan perhitungan dengan F_{hitung} , kemudian membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Variabel bebas dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikan $< 0,05$ (5%) maka Ho ditolak dan Ha diterima (berpengaruh secara simultan pada variabel terikat). Sedangkan variabel bebas dikatakan berpengaruh tidak signifikan secara simultan terhadap variabel terikat jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikan $> 0,05$ (5%) maka Ho diterima dan Ha ditolak (tidak berpengaruh secara simultan pada variabel terikat).

Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2018), hasil uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Prosedur pengujian uji t dilakukan setelah menghitung t_{hitung} . Untuk mengetahui hipotesis mana aja yang diterima dan yang ditolak, maka dilakukan pengujian dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima (semua variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat). Sedangkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak (semua variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Menurut Kuncoro (2013), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memperhitungkan seberapa besar kon pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai determinasi (R^2) adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas.

HASIL PENELITIAN

Hasil deskripsi data yang diperoleh dari variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), citra merek (X_3), dan keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Deskriptif Variabel Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

Variabel	Rata-Rata	Standar Deviasi	Nilai Maksimum
Harga (X_1)	9,33	1,90	13,57
Kualitas Produk (X_2)	15,16	2,89	21,62
Citra Merek (X_3)	42,27	7,49	61,67
Keputusan Pembelian (Y)	17,97	3,29	26,97

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 3, skor rerata yang yang didapatkan untuk variabel harga (X_1) adalah 9,33 dari nilai maksimum 13,57, skor rerata yang didapatkan untuk variabel kualitas produk (X_2) adalah 15,16 dari nilai maksimum 21,62, skor rerata yang didapatkan untuk variabel citra merek (X_3) adalah 42,27 dari nilai maksimum 61,67 dan skor

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur rerata yang didapatkan untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah 17,97 dari nilai maksimum 26,97. Dengan didapatkan standar deviasi yang lebih rendah daripada *mean*-nya, maka variabel harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian semakin menyatu dari nilai *mean*-nya.

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini menggunakan korelasi *pearson correlation*. Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 73 responden dengan *alpha* sebesar 0,05 atau 5 persen dan r tabel dapat dihitung dengan *df (degree of freedom) = n-2 (73-2)*.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Total Correlation	r-tabel	Keterangan
Harga (X ₁)	X _{1.1}	0,772	0,230	Valid
	X _{1.2}	0,780	0,230	Valid
	X _{1.3}	0,778	0,230	Valid
Kualitas Produk (X ₂)	X _{2.1}	0,761	0,230	Valid
	X _{2.2}	0,780	0,230	Valid
	X _{2.3}	0,564	0,230	Valid
	X _{2.4}	0,627	0,230	Valid
	X _{2.5}	0,788	0,230	Valid
Citra Merek (X ₃)	X _{3.1}	0,687	0,230	Valid
	X _{3.2}	0,738	0,230	Valid
	X _{3.3}	0,778	0,230	Valid
	X _{3.4}	0,627	0,230	Valid
	X _{3.5}	0,359	0,230	Valid
	X _{3.6}	0,772	0,230	Valid
	X _{3.7}	0,746	0,230	Valid
	X _{3.8}	0,685	0,230	Valid
	X _{3.9}	0,606	0,230	Valid
	X _{3.10}	0,492	0,230	Valid
	X _{3.11}	0,765	0,230	Valid
	X _{3.12}	0,687	0,230	Valid
	X _{3.13}	0,778	0,230	Valid
	X _{3.14}	0,332	0,230	Valid
	X _{3.15}	0,746	0,230	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y ₁	0,866	0,230	Valid
	Y ₂	0,790	0,230	Valid
	Y ₃	0,825	0,230	Valid
	Y ₄	0,862	0,230	Valid
	Y ₅	0,805	0,230	Valid
	Y ₆	0,687	0,230	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa pertanyaan kuesioner untuk variabel harga (X₁), kualitas produk (X₂), citra merek (X₃), dan keputusan pembelian (Y) adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai total *correlation* (r hitung) > 0,230 (r tabel). Sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan setiap indikator dinyatakan valid yang artinya pertanyaan setiap indikator tersebut sesuai untuk mewakili sebagai alat mengukur masalah dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa besar suatu instrumen setiap indikator dapat dipercaya dalam memperoleh hasil penelitian. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban dari kuesioner adalah konsisten dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan dalam uji ini adalah *cronbch's alpha* (α). Instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbch's alpha* > 0,60 maka indikator pertanyaan setiap variabel yang diteliti adalah reliabel

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X ₁)	0,777	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,836	Reliabel
Citra Merek (X ₃)	0,911	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,891	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel harga (X₁), kualitas produk (X₂), citra merek (X₃), dan keputusan pembelian (Y) yang dijadikan sebagai instrumen dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Instrumen dinyatakan reliabel karena telah memenuhi syarat dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk membuktikan apakah dalam suatu model regresi, variabel *dependen* dan variabel *independen* memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik, yaitu yang memiliki distribusi normal atau mendekati distribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogorov-smirnov* dan grafik *normal probability plot*. Suatu persamaan regresi yang sudah terdistribusi normal memiliki nilai signifikansi pada tabel *kolmogorov - smirnov* lebih besar dari (α) 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Nilai Kolmogorv Smirnov	Signifikansi
0,021	0,05

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai *kolmogorov - smirnov* pada uji normalitas data lebih besar dari nilai α (0,05), yaitu 0,021 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa residual data yang telah dianalisis telah memenuhi kriteria uji normalitas data atau model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan apakah suatu model regresi memiliki korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi diantara variabel bebas dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan menganalisis matriks korelasi variabel *independen* yang dapat dilihat melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Model regresi dapat memenuhi asumsi multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Harga (X ₁)	0.167	5.985
Kualitas Produk (X ₂)	0.242	4.126
Citra Merek (X ₃)	0.219	4.570

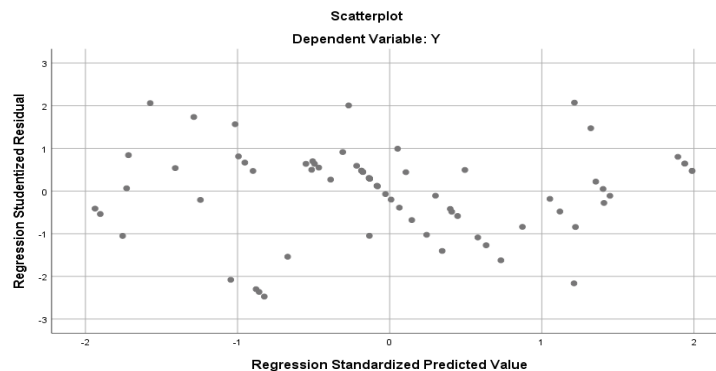
Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui variabel harga (X₁), Kualitas produk (X₂), dan citra merek (X₃) dalam penelitian ini memiliki *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk membuktikan apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak menghasilkan heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas di dalam model regresi dapat dilihat dari gambar *scatterplot* antara *standardized value* (ZRED) dengan *standardized predicted value* (ZPRED).

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu secara beraturan (bergelombang, melebar, dan menyempit). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk memperhitungkan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai determinasi (R^2) yang mendekati satu berarti variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang kuat. Hasil koefisien determinasi dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 36.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.962 ^a	.925	.922	1.183.699

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui nilai *adjusted R Square* sebesar 0.922 atau sebesar 92,2 persen. Menurut Alfath (202), jika nilai R square mendekati angka satu maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan dan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian sebesar 92,2 persen sangat baik sedangkan sisanya 7,8 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang diteliti. Hasil penelitian ini sesuai dengan Hartyanti dan Chandra (2020) yang menyatakan bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Regresi linear berganda bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis dari setiap variabel penelitian yang telah ditentukan, yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Konstanta)	-757.785	709.631	-1.068	.289
Harga	.938	.152	6.167	.000
Kualitas Produk	.275	.081	3.400	.001
Citra Merek	.138	.034	4.057	.000

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 8 variabel bebas pada penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) sehingga diperoleh persamaan regresi berikut:

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + ei$$

$$Y = -757.785 + 0.938 X_1 + 0.275 X_2 + 0.138 X_3 + ei$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut diketahui variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Nilai konstanta dari persamaan regresi diatas sebesar -757.785. artinya jika variabel harga, kualitas produk, dan citra merek bernilai 0 (nol), maka nilai keputusan pembelian (Y) akan bernilai negatif sebesar 757.785 satuan. Konstanta yang bernilai negatif dapat diartikan bernilai 0 (nol), jika tidak terdapat variabel bebas dalam penelitian ini maka tidak terjadi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan Supriyo *et al.* (2013) bahwa nilai konstanta yang bernilai negatif dapat terjadi jika variabel terikat pada suatu persamaan regresi bernilai 0 (nol) maka variabel bebas bernilai negatif, nilai tersebut tidak akan terjadi masalah selama nilai dari variabel terikat tidak sama dengan 0 (nol).

β_1 (nilai koefisien regresi X_1) adalah 0.938 bernilai positif atau searah, artinya apabila harga (X_1) naik, maka akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,938 terhadap keputusan pembelian (Y) dengan asumsi variabel terikat lainnya bernilai konstan atau tidak mengalami perubahan.

β_2 (nilai koefisien regresi X_2) adalah 0.275 bernilai positif atau searah sebesar, artinya apabila kualitas produk (X_2) naik, maka akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0.275 terhadap keputusan pembelian (Y) dengan asumsi variabel terikat lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

β_3 (nilai koefisien regresi X_3) adalah 0,138 bernilai positif atau searah sebesar, artinya apabila citra merek (X_3) naik, maka akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0.138 terhadap keputusan pembelian (Y) dengan asumsi variabel terikat lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

4. Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Variabel bebas dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikan $< 0,05$ (5%).

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F)

F hitung	F tabel	Signifikansi
285.623	2.74	.000 ^b

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa R square untuk variabel harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian yaitu 0,925 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $285.623 > 2.74$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Beras anak daro memiliki merek yang sudah terkenal kuat di kalangan masyarakat. Hal itu dikarenakan beras anak daro memiliki ciri khas yang disukai masyarakat Kota Dumai seperti tekstur nasi yang pera (mudah terpisah-pisah), rasa enak khas yang tidak dimiliki oleh merek beras yang lainnya, dan tekstur beras yang mengembang ketika sudah dimasak. Harga yang relatif mahal dibanding merek beras yang lain tidak menghambat keyakinan konsumen untuk membeli beras anak daro sehingga konsumen loyal untuk melakukan pembelian berulang terhadap beras anak daro karena sesuai dengan selera dan kualitas beras yang didapatkan sangat baik untuk dikonsumsi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Alfath (2017) yang menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga variabel bebas citra merek (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada UD surya alam di pasar Segiri Kota Samarinda. Sejalan dengan hal tersebut, Amilia (2017) juga mengungkapkan bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas, dan memiliki citra merek yang baik akan membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. Agustina *et al* (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan citra merek memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan pembelian

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018), uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Variabel bebas dikatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikan $< 0,05$ (5%).

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

1. Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur

Hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (T) Harga

Variabel Bebas	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Harga	6.167	1.994	.000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian beras anak daro. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.167 > 1.994$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian. Hipotesis H_{a1} yaitu harga (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, diterima.

Menurut Pradana *et al.* (2017) menyatakan bahwa pengaruh harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi ukuran permintaan terhadap suatu produk, sehingga pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat penting dan memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian produk. Artinya meskipun harga beras anak daro meningkat atau menurun konsumen akan tetap membeli beras anak daro karena konsumen melihat produk beras anak daro tidak dari harga saja, tetapi dari kualitas dan citra merek beras anak daro. Semakin baik harga beras yang ditetapkan perusahaan anak daro maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Amalia (2017) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil estimasi menunjukkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras anak daro dalam kondisi variabel lain konstan (kualitas dan citra merek beras anak daro tidak berubah).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wirawan dan Seminari (2021) bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Alfath (2017) bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Anggraeni dan Soliha (2020) yang menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian semakin baik harga yang ditetapkan oleh perusahaan beras anak daro maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen dalam membeli beras anak daro.

2. Pengaruh kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur

Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (T) Kualitas Produk

Variabel Bebas	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	3.400	1.994	.001	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian beras anak daro. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.400 > 1.994$, dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a2} yaitu kualitas produk (X₂) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, diterima.

Menurut Arohman (2018) menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha untuk memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang berkualitas (memiliki manfaat). Hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan menjadi peluang untuk mengetahui kebutuhan selera konsumen dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian beras anak daro. Menurut Irawan dan Japrianto (2013), kualitas produk merupakan faktor yang menentukan kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian, sehingga perusahaan harus menghasilkan produk dengan kualitas yang baik agar konsumen dapat melakukan pembelian pada produk tersebut (Saputra *et al.*, 2017). Kualitas produk menjadi penilaian penting yang harus dimiliki suatu produk agar dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk. (Anggraeni *et al.*, 2016).

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur

Kualitas produk akan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian jika perusahaan anak daro selalu meningkatkan kualitas dari produk yang akan dipasarkan seperti kebersihan beras yang semakin dijaga, rasa khas yang sesuai dengan selera masyarakat Sumatera, dan pengemasan produk. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk menjadi penilaian penting konsumen saat melakukan pembelian beras anak daro. Oleh karena itu semakin baik kualitas produk beras anak daro maka keputusan pembelian konsumen semakin meningkat di persaingan pasar beras yang ketat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfath (2017) bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian. Sesuai dengan penelitian Wirawan dan Seminari (2021) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur

Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 13. Hasil Uji Parsial (T) Citra Merek

Variabel Bebas	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Citra Merek	4.057	1.994	.000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian beras anak daro. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.057 > 1.994$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antaracitra merek dengan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a3} yaitu citra merek (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, **diterima**.

Menurut Sofina (2022), konsumen akan membeli produk yang sudah memiliki kesan yang baik di pikiran konsumen. Semakin baik citra perusahaan terhadap konsumen maka semakin besar peluang yang dimiliki perusahaan untuk memperluas jangkauan produknya di pasar. Merek beras anak daro sudah terkenal luas di masyarakat dan melekat kuat sebagai beras pera yang memiliki tekstur dan kualitas yang bagus dibanding pesaing lainnya. Merek yang terkenal menjadi salah satu langkah untuk menarik perhatian konsumen baru untuk mengonsumsi beras anak daro karena produk yang sudah terpercaya memberikan kesan aman ketika konsumen mengonsumsi beras anak daro.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfath (2017) bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Wirawan dan Seminari (2021) yang menyatakan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan penelitian Pradana *et al* (2017) yang menyatakan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Khumairo *et al* (2018) menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur. Variabel harga, kualitas produk, dan citra merek menjadi faktor yang memengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian beras anak daro.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur. Pengaruh harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi ukuran permintaan terhadap suatu produk, sehingga pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat penting dan memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur. Semakin baik kualitas produk beras anak daro maka keputusan pembelian konsumen semakin meningkat di persaingan pasar beras yang ketat. Oleh karena itu kualitas produk menjadi penilaian penting konsumen saat melakukan pembelian produk khususnya beras anak daro.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_3) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) beras anak daro di Kecamatan Dumai Timur. Semakin baik citra

Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur perusahaan terhadap konsumen maka semakin besar peluang yang dimiliki perusahaan untuk memperluas jangkauan produknya di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Nur A., Seno Sumowo, B. W. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 53(9), 1689-1699.
- Alfath, N. B. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada UD Surya Alam di Pasar Segiri Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis*. 2(3): 755-769.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1): 660–669.
- Anggraeni, Dita P., Srikandi K., dan Sunarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 37(1): 171-177.
- Anggraeni, Rahma A., dan Eulis Soliha. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian AS32 Ayam Geprek. *Jurnal Al Tjajah*. 6(3): 96-107.
- Arohman. 2018. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiomi di Kalangan Mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen 01*. 9(1):18-30.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Riau Triwulan IV-2020. Berita Resmi Statistik. 11: 1–7.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hardison dan Angga Pramana. Analisis Perubahan Kebijakan Ketahanan Pangan Beras di Provinsi Riau. *Jurnal Administrasi Politik dan Sosial*. 1 (2): 76-83.
- Hidayat, D. I. D. L. R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan Desy. *Journal Dictionary of Statistics And Methodology*. 5(1): 15-24.
- Irawan, D. dan Japarianto, E. (2013). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran por kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2): 1-8.
- Khumairo, Lukiana, N., dan Kasim, K.T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*. 1(1): 262-270.
- Oktiadi, C. 2014. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Anak Daro (Studi Kasus Pada Perumahan Pandau Permai Kabupaten Kampar). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau*. 1(2): 1-11.
- Pradana, dedhy., Syarifah H., dan Rahmawati. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal Kinerja*. 14(1): 16-23.
- Sofina. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet 4G *Unlimited* Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 10(1):1530-1536.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Alfabeta. Bandung.
- Supomo, R & Nurhayati, Eti. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Tigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Supriyo, h., S. Tiwi, a., dan Dea, a. 2013. Pengaruh Motivasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada PT. PLN (PERSERO) Bantar Gebang, Bekasi. *UG Jurnal*. 7(2): 05-07.
- Widiasworo, Erwin. 2019. Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis. Araska. Yogyakarta.
- Widodo. 2017. Metodologi Penelitian: Populer dan Praktis. Rajawali Pers. Jakarta.
- Wirawan I, P, G, A, A. dan Seminari, N, K. 2021. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiomi. *E-Jurnal Manajemen*. 10(5): 416-435.
- Yusri, Jumatri., Fanny S., dan Yulia A. 2021. Studi Pola Distribusi dan Margin Pemasaran pada Beras Kemasan Best Seller di Kota Pekanbaru, Riau, Indonesia. *Agricultural Journal*. 4 (3): 438-446.