

**ANALISIS FAKTOR HARGA DAN KETERSEDIAAN
BAHAN BAKU SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLAHAN KERANG IJO PADA USAHA SENSASI KERANG
KOTA BENGKULU**

SKRIPSI



OLEH :

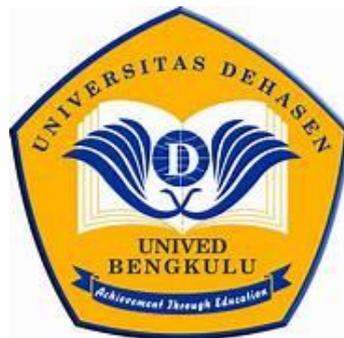
BAYU DWI PRASETYA BAHARI
NPM.21060065

**PRODI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

2025

**ANALISIS FAKTOR HARGA DAN KETERSEDIAAN
BAHAN BAKU SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLAHAN KERANG IJO PADA USAHA SENSASI KERANG
KOTA BENGKULU**

SKRIPSI



OLEH :

BAYU DWI PRASETYA BAHARI
NPM.21060065

Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Jenjang

Strata Satu (S1) Agribisnis

**PRODI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR HARGA DAN KETERSEDIAAN
BAHAN BAKU SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLAHAN KERANG IJO PADA USAHA SENSASI KERANG
KOTA BENGKULU**

Yang Diajukan Oleh

BAYU DWI PRASETYA BAHARI
NPM.21060065

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama



Herri Fariadi, S.P., S.Pd., M.Si
NIDN.0216068302

Pembimbing Pendamping



Evi Andriani, S.P., M.Si
NIDN.0207108503

Mengetahui :

Ketua Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu



Herri Fariadi, S.P., S.Pd., M.Si
NIK.1703351

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS FAKTOR HARGA DAN KETERSEDIAAN
BAHAN BAKU SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLAHAN KERANG IJO PADA USAHA SENSASI KERANG
KOTA BENGKULU

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Bayu Dwi Prasetya Bahari
NPM : 21060065
Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

14 Juni 2025

TIM PENGUJI

Ketua,


Rika Dwi Yulihartika, S.P., M.Sc
NIDN.0225078503

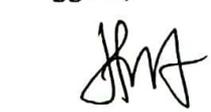
Sekretaris,


Herri Fariadi, S.P., M.Si
NIDN.0216068302

Anggota,


Evi Andriani, S.P., M.Si
NIDN.0207108503

Anggota,


Ririn Afriani, S.P., M.MA
NIDN.1427029201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian UNIVED



Hesti Nur'aini, S.TP., MP
NIK. 1703025

MOTTO

"Di saat-saat tergelap kita, kita perlu fokus melihat cahaya."

- Aristoteles

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(Q.S Al – Baqarah : 286)

"Belum mencapai Impian bukan berarti Allah tidak memberi keadilan untuk hamba-Nya, karena boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk

bagimu Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui".

(Q.S Al – Baqarah : 216)

PERSEMBAHAN

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriringkan salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, teladan bagi seluruh umat manusia. Penulis menyadari bahwa Penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa semangat, dukungan, serta nasihat yang membangun dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rendah hati Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu serta seluruh Staf dan karyawan di Fakultas Pertanian yang telah banyak memberikan bantuan dalam administrasi.
2. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu.
3. Bapak Herri Fariadi, S.P., S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing utama dan juga pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan serta yang telah sabar dalam membimbing, memberikan arahan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini dari awal pembuatan proposal hingga akhirnya menjadi skripsi.
4. Ibu Evi Andriani, S.P., S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang selalu memberikan masukan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Rika Dwi Yulihartika, S.P., M.Sc dan Ibu Ririn Afriani, S.P.,M.MA, selaku tim penguji skripsi yang telah memberikan kritikan dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.
6. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah saya Saiful Bahari, yang selalu jadi panutan, dengan kerja keras dan doa yang tak pernah henti. Terimakasih atas setiap langkah yang Ayah tempuh

demasi masa depan anak-anakmu. Kemudian kepada Ibu saya Eneng Praningsih, yang dengan kasih sayang dan kesabaran selalu mendampingi, memberi pelukan hangat dalam setiap kegagalan, dan senyum tulus dalam setiap keberhasilan. Adik-adikku Hanzhalah Joy Tri Bahari dan Kenzio Catur Adrian Bahari yang selalu menjadi sumber semangat dalam keheningan perjuanganku. Terimakasih atas canda tawa, dukungan dan cinta kalian yang sederhana, namun selalu membuatku merasa tak pernah sendiri. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari banyak mimpi yang akan tercapai bersama.

7. Kepada keluarga besar Dahum selaku keluarga besar Penulis. Penulis mengucapkan terimakasih atas do'a serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Selalu memberikan semangat serta selalu mengapresiasi hal kecil yang dilakukan oleh penulis.
8. Kepada teman terdekat dengan NPM. 21060090. Terimakasih sudah ada disetiap proses penulisan skripsi penulis. Selalu memberikan semangat serta energi positif serta menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan selama mengerjakan skripsi ini.
9. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Apresiasi karena sudah semangat menyelesaikan apa yang sudah dimulai dengan senantiasa menikmati proses hidup yang tidak mudah. walaupun terkadang ada rasa lelah namun terimakasih menjadi manusia yang selalu mau berusaha. Diriku yang hebat, terimakasih telah bertahan dan bahagia selalu.

RIWAYAT HIDUP



Bayu Dwi Prasetya Bahari, penulis dilahirkan pada 17 Juni 2003. Penulis merupakan putra pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Saiful Bahari dan Ibu Eneng Praningsih. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar tahun 2015 di SD Swasta Muhammadiyah Desa Pon. Kemudian menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama tahun 2018 di SMP Negeri 1 Sei Rampah. Penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas dan lulus pada tahun 2021 di SMA Swasta Muhammadiyah 6 Desa Pon. Tahun 2021 penulis diterima sebagai mahasiswa Universitas Dehasen Bengkulu dan diterima di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis telah melakukan PKL di BPSIP Bengkulu. Penulis juga telah menyelesaikan ujian skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu**”.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta karunia-Nya, yang senantiasa tercurahkan dalam nikmat kesehatan, nikmat kemudahan serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Strata 1 (S1). Dalam penulisan ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu serta seluruh Staf dan karyawan di Fakultas Pertanian yang telah banyak memberikan bantuan dalam administrasi.
2. Ketua Jurusan dan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu
3. Bapak Herri Fariadi, S.P., S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Evi Andriani, S.P., M.Si selaku dosen Pembimbing pendamping yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan serta yang telah sabar dalam membimbing, memberikan arahan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini dari awal pembuatan proposal hingga akhirnya menjadi skripsi.
4. Ibu Rika Dwi Yulihartika, S.P., M.Sc dan Ibu Ririn Afriani, S.P.,M.MA, selaku tim penguji skripsi yang telah memberikan kritikan dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.
5. Keluarga penulis Bapak Saiful Bahari dan Ibu Eneng Praningsih serta adik-adikku yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk ku. Ucapan terimakasih ini belum cukup terbayarkan dengan segala kasih sayang dan pengorbanan kalian. Ku persembahkan kepada kalian sebagai bukti terima kasihku yang tiada cukup membalas semua yang telah kalian berikan, yang selalu mendukungku dalam kebaikan, selalu mengusahakan apa yang anak-anaknya inginkan, yang terus berusaha bekerja keras dengan penuh kesabaran. Semoga lelahmu terbayar dengan tersenyum lebar dan bangga melihatku memakai toga.

6. Keluarga agribisnis angkatan 2021 yang telah berjuang bersama, terima kasih untuk semua bantuan, kenangan dan kebersamaan selama kita berproses. Dan semoga kesuksesan selalu bersama kita
7. Semua pihak yang telah membantu kelancaran proses penelitian dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya selama ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda di bawah ini :

Nama : Bayu Dwi Prasetya Bahari
NPM : 21060065
Program Studi : AGRIBISNIS
Fakultas : PERTANIAN
Judul Skripsi : Analisis Faktor Harga dan Ketersediaan Bahan Baku
Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo
Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu

Menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul diatas merupakan karya asli penulis tersebut diatas. Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya sedia dituntut dengan hukum yang berlaku.

Bengkulu, 14 Juni 2025
Pembuat Pernyataan,



(Bayu Dwi Prasetya Bahari)
NPM. 21060065

ABSTRAK

BAYU DWI PRASETYA BAHARI, 21060065, Analisis Faktor Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu, Dibimbing oleh HERRI FARIADI, S.P., S.Pd., M.Si dan EVI ANDRIANI, S.P., M.Si

Pertumbuhan pesat sektor kuliner di Bengkulu menuntut pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen demi mempertahankan pelanggan. Sensasi Kerang, yang berfokus pada olahan kerang ijo, menghadapi tantangan harga dan ketersediaan bahan baku. Tujuan penelitian ini menganalisis tingkat harga dan ketersediaan bahan baku dan menganalisis pengaruh harga dan ketersediaan bahan baku terhadap keputusan pembelian Kerang Ijo di Sensasi Kerang Kota Bengkulu. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda dengan cara mengumpulkan data primer dari 96 konsumen Sensasi Kerang melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung, yang diambil menggunakan teknik accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat harga dengan rata-rata 57,98 masuk kedalam kategori tinggi dan ketersediaan bahan baku dengan rata-rata 43,45 masuk kedalam kategori tinggi. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh bahwa harga (X^1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t-hitung 6,585 dan sig. 0,000, yang berarti harga yang kompetitif dapat meningkatkan minat beli konsumen. Demikian pula, ketersediaan bahan baku (X^2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t-hitung 4,468 dan sig. 0,000, menegaskan pentingnya pasokan yang stabil untuk pembelian berulang. Secara simultan, harga dan ketersediaan bahan baku secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian, ditunjukkan oleh nilai F-hitung 236,182 dan sig. 0,000. Koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,837 menunjukkan bahwa 83,7% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh kedua variabel ini. Kesimpulannya, Usaha Sensasi Kerang perlu terus menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen dan menjaga kualitas serta ketersediaan bahan baku secara konsisten untuk mendorong pembelian. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi variabel lain seperti kualitas pelayanan atau promosi.

Kata Kunci: *Harga, Ketersediaan Bahan Baku, Keputusan Pembelian, Kerang Ijo, Sensasi Kerang*

ABSTRACT

BAYU DWI PRASETYA BAHARI, 21060065, *An Analysis of Price and Raw Material Availability Factors as Determinants of Purchasing Decisions for Processed Green Mussels at Sensasi Kerang Business in Bengkulu City, Supervised by HERRI FARIADI and EVI ANDRIANI*

The rapid growth of the culinary sector in Bengkulu requires business owners to understand consumer behavior in order to retain customers. Sensasi Kerang, which specializes in green mussel-based dishes, faces challenges related to pricing and raw material availability. The objectives of this study are to analyze the price level and raw material availability, as well as to examine the influence of pricing and raw material availability on purchasing decisions for green mussels at Sensasi Kerang in Bengkulu City. The research method used is quantitative, employing multiple linear regression analysis. Primary data was collected from 96 Sensasi Kerang customers through questionnaires, interviews, and direct observation, using accidental sampling techniques. The results indicate that the price level, with an average score of 57.98, falls into the high category, while raw material availability, with an average score of 43.45, is also classified as high. The multiple linear regression test results show that price (X_1) has a significant influence on purchasing decisions (Y), with a t -value of 6.585 and a significance level of 0.000, meaning that competitive pricing can increase consumer buying interest. Similarly, raw material availability (X_2) significantly affects purchasing decisions (Y), with a t -value of 4.468 and a significance level of 0.000, confirming the importance of a stable supply for repeat purchases. Simultaneously, both price and raw material availability significantly influence purchasing decisions, as indicated by an F -value of 236.182 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R -Square) of 0.837 shows that 83.7% of the variation in purchasing decisions is explained by these two variables. In conclusion, Sensasi Kerang needs to continuously adjust prices according to consumers' purchasing power and maintain consistent quality and raw material availability to encourage purchases. Future research could explore other variables, such as service quality or promotional strategies.

Keywords: Price, Raw Material Availability, Purchasing Decisions, Green Mussels, Sensasi Kerang



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Faktor Harga Dan Ketersediaan Bahan Baku Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis pada Fakultas Pertanian, Universitas Dehasen.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Herri Fariadi, S.P., M.Si, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Evi Andriani, S.P., M.Si, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini
3. Bapak Herri Fariadi, S.P., M.Si, selaku Ketua Program Studi Agribisnis, atas nasihat dan dukungannya.
4. Ibu Hesti Nur'aini, S.TP., MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama masa studi.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral maupun materil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bengkulu. September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
SURAT PERNYATAAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Keputusan Pembelian	11
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2.4 Konsep Harga	14
2.2.5 Faktor Penetapan Harga	15
2.2.6 Indikator Harga	15
2.2.7 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	16
2.2.8 Ketersediaan Bahan Baku	17
2.2.9 Fungsi Ketersediaan Bahan Baku	17
2.2.10 Faktor-Faktor Ketersediaan Bahan Baku	19
2.2.11 Indikator Ketersediaan Bahan Baku	21
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Metode Penentuan Responden	24
3.4 Metode Analisis Data	26
3.4.1 Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku	26

3.4.2 Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian	27
3.4.2.1 Uji Validitas	27
3.4.2.2 Uji Reabilitas	28
3.4.2.3 Regresi Linear Berganda	28
3.4.2.4 Uji Simultan (Uji F)	29
3.4.2.5 Uji Parsial (Uji T)	30
3.4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.5 Konsep Pengukuran Variabel	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Usaha Sensasi Kerang	32
4.2 Karakteristik Responden	33
4.2.1 Jenis Kelamin	33
4.2.2 Berdasarkan Usia	34
4.2.3 Berdasarkan Pendidikan	34
4.2.4 Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
4.3 Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku	35
4.4 Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku terhadap Keputusan Pembelian	37
4.4.1 Uji Validitas	37
4.4.2 Uji Reabilitas	40
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	43
4.4.5 Uji Simultan (Uji F)	44
4.4.6 Uji Parsial (Uji-t)	45
4.5 Pembahasan	46
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu	46
4.5.2 Pengaruh Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu	47
4.5.3 Pengaruh Harga Dan Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu	48
BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	26
Tabel 3.2 Skor Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku.....	27
Tabel 3.3 Konsep Pengukuran Variabel	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Usia Responden.....	34
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	34
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.5 Tingkat Harga	36
Tabel 4.6 Tingkat Ketersediaan Bahan Baku	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X1	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X2	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel X1	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Variabel X2	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	41
Tabel 4.13 Regresi Linear Berganda	41
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)	45
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Pengambilan Keputusan Pembelian	12
Gambar 2.2 Diagram Kerangka Pemikiran	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha semakin hari semakin tumbuh pesat dan semakin pula membuat para pelaku usaha untuk bekerja keras mengelola usahanya agar dapat menyaingi para kompetitornya. Pelaku usaha harus bekerja keras dalam menunjang usahanya dari berbagai aspek salah satunya adalah menguasai hal-hal yang berkenaan dengan perilaku konsumen, agar dapat mempertahankan pelanggannya (Fakhrurrazi, 2018). Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2014) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Berdasarkan hal tersebut, pelaku usaha haruslah mempermudah konsumen dalam pemerolehan, pengonsumsi dan penghabisan produk atau jasa, agar mereka merasa puas dengan produk atau jasa tersebut.

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki daya saing tinggi, khususnya di kota-kota berkembang seperti Kota Bengkulu. Salah satu jenis kuliner laut yang cukup diminati masyarakat adalah kerang ijo. Tingginya minat konsumen terhadap olahan kerang ijo menciptakan peluang usaha yang menjanjikan, seperti yang dilakukan oleh usaha Sensasi Kerang di Kota Bengkulu, sebuah usaha kuliner lokal yang menawarkan berbagai olahan kerang, dengan menu andalan berupa kerang ijo.

Keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh rasa dan pelayanan, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh faktor harga dan ketersediaan bahan baku. Harga yang tidak sesuai dengan ekspektasi atau daya beli konsumen dapat menghambat minat beli, sementara keterbatasan bahan baku dapat mengganggu konsistensi pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap kompetitif dan bahan baku kerang ijo tersedia secara berkelanjutan (Ferdinand, 2006).

Dalam melakukan keputusan pembelian hal yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat harga atas produk tersebut. Menurut Ferdinand (2006), harga adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Menentukan suatu harga yang sesuai dengan pasar bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Harga terjangkau lebih mampu memikat konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa.

Ketersediaan bahan baku sendiri merupakan tantangan tersendiri, mengingat kerang ijo merupakan produk laut yang ketersediaannya dipengaruhi oleh musim, cuaca, dan rantai pasokan dari pemasok. Sementara itu, harga menjadi indikator penting bagi konsumen dalam menilai apakah suatu produk layak untuk dibeli, seiring meningkatnya kesadaran konsumen akan nilai dan manfaat yang mereka dapatkan dari setiap pembelian (Astuti dan Febriaty, 2017).

Ketersediaan bahan baku harus benar-benar diperhatikan oleh pelaku bisnis, mengingat ketersediaan bahan baku merupakan faktor yang sangat

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Astuti & Febriaty, 2017). Untuk mengukur harga konsumen dapat dilakukan dengan mudah yaitu bagaimana konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Oleh karena itu, ketersediaan bahan baku adalah kunci yang akurat untuk menjaga kestabilan usaha dalam keputusan pembelian (Tjiptono, 2016).

Pada tahap observasi di usaha *Sensasi Kerang* Kota Bengkulu, beberapa temuan penting terkait faktor harga dan ketersediaan bahan baku kerang ijo diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha, karyawan, serta survei kepada pelanggan. Dari hasil wawancara, pemilik usaha menyatakan bahwa penentuan harga kerang ijo selalu memperhatikan daya beli pasar lokal dan harga bahan baku dari pemasok. Harga yang ditetapkan berusaha kompetitif namun tetap memperhatikan margin keuntungan. Berdasarkan observasi langsung dan informasi dari pihak manajemen, ketersediaan kerang ijo sebagai bahan baku sangat dipengaruhi oleh musim dan kondisi cuaca. Pada musim-musim tertentu, pasokan kerang ijo mengalami penurunan, sehingga usaha sempat mengalami keterbatasan stok. Pemasok utama yang menjadi mitra *Sensasi Kerang* berusaha menjaga kontinuitas pasokan, namun tantangan alam masih menjadi kendala utama.

Sensasi Kerang melakukan beberapa upaya untuk menjaga harga tetap stabil dan meningkatkan ketersediaan bahan baku, antara lain menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok berbeda untuk mengantisipasi kelangkaan, serta melakukan promosi pada waktu-waktu tertentu agar penjualan tetap berjalan lancar meskipun terjadi fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, perlu

dilakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana factor harga dan ketersediaan bahan baku terhadap keputusan pembelian kerang ijo oleh konsumen pada usaha Sensasi Kerang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana tingkat harga dan ketersediaan bahan baku pada usaha Sensasi Kerang Bengkulu?
2. Apakah harga dan ketersediaan bahan baku berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerang Ijo di Sensasi Kerang Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis tingkat harga dan ketersediaan bahan baku pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga dan ketersediaan bahan baku terhadap keputusan pembelian Kerang Ijo di Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Secara Teoritis

Menambah Pemahaman tentang Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Penelitian ini memberikan wawasan teoritis mengenai bagaimana faktor harga dan ketersediaan bahan baku memengaruhi keputusan pembelian dalam

konteks usaha kerang ijo. Hal ini dapat memperkaya teori ekonomi dan manajemen pemasaran terkait perilaku konsumen dan pengambilan keputusan bisnis.

2. Bagi Akademis

Menambah Literatur dan Referensi Ilmiah Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bahan baku di sektor usaha kuliner, khususnya kerang ijo. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi akademisi yang tertarik dalam studi pemasaran, ekonomi mikro, dan manajemen usaha kecil menengah.

1.5 Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian agar lebih fokus, terukur, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Objek Penelitian dibatasi hanya pada usaha *Sensasi Kerang* yang berlokasi di Kota Bengkulu, dan tidak mencakup usaha sejenis lainnya di luar lokasi tersebut.
2. Produk yang Diteliti dibatasi hanya pada kerang ijo, yang merupakan salah satu menu utama dari usaha *Sensasi Kerang*, sehingga tidak mencakup produk atau menu lainnya yang juga dijual di tempat tersebut.
3. Faktor yang Dianalisis hanya difokuskan pada dua variabel utama, yaitu:
 - a. Harga: meliputi persepsi konsumen terhadap keterjangkauan, kesesuaian, dan daya saing harga.

- b. Ketersediaan Bahan Baku: mencakup kontinuitas pasokan, kelancaran distribusi, dan dampaknya terhadap pelayanan serta keputusan pembelian.
4. Responden Penelitian dibatasi pada konsumen atau pelanggan yang pernah membeli atau mengonsumsi kerang ijo di *Sensasi Kerang*, dan bukan pada pihak internal usaha seperti pemilik atau karyawan, kecuali sebagai informan pendukung dalam observasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan Analisis Faktor Harga dan Ketersediaan Produk, telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu namun dengan objek dan lokasi yang berbeda. Salah satunya dilakukan oleh Al Muazin (2017) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Bekas pada Konsumen Sepatu Bekas Kendari Beach”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh masing-masing variabel bebas: kualitas produk, harga, tempat dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Kendari Beach. Berdasarkan pada hasil uji instrument diperoleh informasi, bahwa variabel kualitas produk, harga dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Lalu Yusuf (2023) juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Xiaomi di Bekasi” Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada handphone Xiaomi di Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif, yang meliputi penyusunan, penjelasan, analisis, pengujian hipotesis, serta penyimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 60 responden, dipilih dengan menggunakan teknik sampling non probability sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan

teknik analisis regresi parsial (Partial Least Square). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antara variabel Citra Merek dan Keputusan Pembelian, dengan nilai t-statistik sebesar 2.779 yang lebih besar dari 1.96. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian pada handphone Xiaomi di Bekasi. Selain itu, terdapat pengaruh parsial antara Harga dan Keputusan Pembelian, dengan nilai t-statistik sebesar 2.666 yang juga lebih besar dari 1.96, menunjukkan adanya pengaruh positif antara Harga dengan Keputusan Pembelian pada handphone Xiaomi di Bekasi. Secara simultan, variabel Citra Merek dan Harga juga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada handphone Xiaomi di Bekasi, dengan nilai P-value sebesar 0,02 untuk variabel Citra Merek (X1) dan 0,00 untuk variabel Harga (X2). Hasil ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya, nilai R-square sebesar 0,771 atau 77,1% mengindikasikan bahwa variabel Citra Merek dan Harga secara bersama-sama berkontribusi sebesar 77.1% terhadap variabilitas Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunarsih, dkk (2021) mengkaji pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data melalui regresi linier sederhana dan penyajian uji hipotesis secara jelas dan terperinci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan besaran pengaruh 9.623 atau 96.2%. Angka signifikansi yang mendukung temuan ini menyebabkan

penolakan hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi Harga terhadap variabel Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, secara parsial, dimensi Harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembeli. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa setiap perubahan pada Harga yang diukur dengan indikator harga terjangkau, harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen, dan harga bersaing dengan produk lain sejenis akan memengaruhi Keputusan Pembeli sebesar 9.623. Ini berarti, Keputusan Pembeli akan meningkat sebesar 9.623 untuk setiap perubahan positif pada Harga.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, dkk (2020) mengkaji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan 212 Mart Cikaret. Latar belakang penelitian ini adalah hadirnya 212 Mart sebagai pasar modern berlandaskan syariah yang belum mampu bersaing secara optimal meskipun telah menerapkan strategi pemasaran. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian adalah harga, mengingat adanya beberapa unsur bauran ritel yang belum terlaksana maksimal. Studi ini menggunakan metode survei dengan pendekatan analisis korelasional, melibatkan sampel sebanyak 100 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 16,591, yang lebih besar dari t-tabel 1,985 pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, menandakan adanya pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di Swalayan 212 Mart. Selain itu, variabel harga juga menunjukkan korelasi positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien

determinasi (R^2) sebesar 655,8%. Nilai konstanta yang positif mengindikasikan adanya potensi fanatisme konsumen terhadap 212 Mart Cikaret. Fanatisme ini diprediksi akan semakin kuat jika 212 Mart mampu menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan kompetitornya.

Penelitian yang dilakukan oleh Kambali dan Syarifah (2020) bertujuan untuk menganalisis penilaian konsumen terhadap harga dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Billionaire Store Bandung. Penelitian ini dilakukan di Billionaire Store Bandung, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penulisan, percetakan, dan penerbitan buku bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner dan pengolahan data menggunakan SPSS 23. Alat analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji korelasi. Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, serta pengujian hipotesis menggunakan uji F secara simultan dan uji T secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap harga buku di Billionaire Store dapat diterima dan tidak dipermasalahkan, meskipun perlu adanya penyesuaian harga dengan kualitas buku. Lebih lanjut, analisis menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Billionaire Store Bandung, dengan kontribusi sebesar 85,7%. Ini mengindikasikan bahwa harga buku yang ditetapkan oleh Billionaire Store memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Keputusan Pembelian

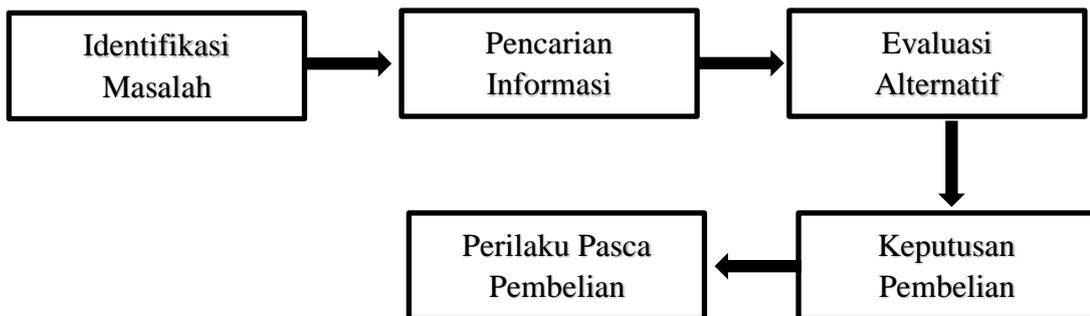
Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. Suatu proses membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peran dalam pembelian dan keputusan untuk membeli (Hanapi dan Sriyanto, 2018).

Keputusan pembelian mengharuskan pembeli untuk memilih dari banyak penawaran, sehingga mereka harus tegas dan berpengetahuan luas. Setelah prosedur selesai, pembeli harus memutuskan apakah akan melakukan pembelian (Sari, 2020). Konsumen membuat pilihan pembelian ketika mereka harus memutuskan antara memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan (Yuliani *et al*, 2021). Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Andriyani dan Zulkarnaen, 2017).

Maka, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak terhadap sebuah produk atau jasa. Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh hal-hal yang kompleks untuk mengkonsumsi atau membeli suatu produk. Setiap konsumen yang melakukan keputusan pembelian tidak muncul begitu saja, tetapi melalui suatu tahapan tertentu.

2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2012) proses keputusan pembelian suatu produk dapat di gambarkan dalam bentuk proses kegiatan pembelian dengan langkah-langkah berikut:



Gambar 2.1 Diagram Pengambilan Keputusan Pembelian

Berikut ini akan diuraikan model lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian:

1. Identifikasi Masalah, proses dimulai Ketika pembeli mengidentifikasi masalah atau kebutuhan tersebut dapat ditentukan oleh rangsangan internal dan eksternal.
2. Pencarian Informasi, konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.
3. Evaluasi Alternatif, terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian dengan sangat sadar dan rasional.

4. Keputusan Pembelian, dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.
5. Perilaku Pasca Pembelian, setelah membeli produk tersebut, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Peran pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian dan pemakaian produk paska pembelian.

2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut pendapat Thompson, terdapat empat indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Sesuai Kebutuhan

Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

2. Mempunyai Manfaat

Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi pelanggan.

3. Ketepatan Dalam Membeli Produk

Harga produk sesuai dengan kualitas yang diperoleh dan keinginan pelanggan.

4. Pembelian Berulang

Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berminat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

2.2.4 Konsep Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang didapatkan dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu (Sudaryono, 2016). Menurut Manus (2017) berpendapat bahwa harga adalah peranan alokasi dari harga yaitu membantu pembeli untuk mendapatkan produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan daya belinya. Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Alma (2013) mengemukakan harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan harga juga merupakan nilai tukar uang atas suatu produk atau jasa oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.2.5 Faktor Penetapan Harga

Menurut Astuti dan Matondang (2020) penetapan harga dibagi menjadi dua, yaitu faktor eksternal dan internal.

- 1) Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari penjual atau perusahaan yang lebih cenderung dapat dikendalikan oleh penjual. Faktor internal dalam penetapan harga terdiri dari tujuan perusahaan, pertimbangan organisasi, biaya, dan strategi bauran pemasaran.

- 2) Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang lebih cenderung sulit untuk dikendalikan dan diprediksi resiko yang dapat diperkecil. Faktor eksternal penetapan harga terdiri dari permintaan dan penawaran pasar, persaingan dan lingkungan.

2.2.6 Indikator Harga

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Stanton dalam Widodo (2016) menyebutkan beberapa dimensi persepsi harga antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- 3) Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

2.2.7 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian

Tinggi rendahnya tingkat harga selalu menjadi perhatian para konsumen saat mereka mencari suatu produk untuk dibeli. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa (Sarjana *et al*, 2018). Harga berperan penting dalam proses untuk menarik keputusan pembelian konsumen karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk (Nasution, 2019).

2.2.8 Ketersediaan Bahan Baku

Setiap pelaku usaha bisnis yang menyelenggarakan kegiatan produksi akan memerlukan bahan baku, karena dengan tersedianya bahan baku maka diharapkan sebuah perusahaan dapat melakukan proses produksi sesuai kebutuhan atau permintaan konsumen.

Persediaan menurut Assauri (2018) suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan yang dimaksud untuk dijual dalam satu periode usaha yang normal atau persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi. Sedangkan menurut Handoko (2014) istilah persediaan (*inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan.

Berdasarkan pengertian diatas, persediaan dapat meliputi bahan baku atau bahan mentah, barang jadi atau produk akhir serta barang dalam proses ataupun

bahan-bahan pembantu yang merupakan sumber daya usaha bisnis dan digunakan dalam proses produksi untuk memenuhi kebutuhan akan permintaan yang ada.

2.2.9 Fungsi Ketersediaan Bahan Baku

Persediaan diperlukan dalam usaha bisnis karena memiliki fungsi yang sangat penting dalam kelancaran kegiatan produksi. Menurut Handoko (2014) fungsi-fungsi persediaan adalah sebagai berikut:

a. Fungsi Decoupling

Fungsi ini memungkinkan pelaku usaha dapat memenuhi permintaan langganan tanpa tergantung pada supplier. Dalam fungsi ini, persediaan bahan mentah diadakan agar perusahaan tidak akan sepenuhnya tergantung pada waktu pengadaannya dalam hal kuantitas dan waktu pengiriman. Persediaan barang dalam proses diakan agar departemen-departemen dan proses-proses individual perusahaan terjaga. Persediaan barang jadi diperlukan untuk memenuhi permintaan produk yang tidak pasti dari para pelanggan. Begitu juga dengan persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak dapat diramalkan.

b. Fungsi *Economic Lot Sizing*

Melalui penyimpanan persediaan, perusahaan dapat memproduksi dan membeli sumber daya dalam kuantitas yang dapat mengurangi biaya-biaya perunit. persediaan “lot size” ini perlu mempertimbangkan penghematan atau potongan pembelian, biaya pengangkutan per unit menjadi lebih murah dan sebagainya. Dalam fungsi ini pembelian persediaan dilakukan dalam jumlah banyak agar dapat menghemat berbagai biaya dalam pembelian bahan baku

namun perusahaan juga harus mempertimbangkan biaya-biaya yang timbul dari besarnya persediaan seperti biaya sewa gudang, investasi, resiko, dan sebagainya.

c. Fungsi Antisipasi

Persediaan yang diadakan apabila perusahaan menghadapi fluktuasi permintaan yang dapat diperkirakan dan diramalkan berdasarkan pengalaman atau data – data masa lalu seperti permintaan musiman, perusahaan dapat mengadakan persediaan musiman. Disamping itu, perusahaan juga sering menghadapi keadaan yang tidak pasti dimana jangka waktu pengiriman kadang terlambat sehingga dengan adanya persediaan ekstra akan dapat mengantisipasi terjadinya hal-hal yang tidak terduga agar kelancaran proses produksi tidak terganggu.

Pada dasarnya persediaan mempermudah atau memperlancar jalannya operasi perusahaan pabrik yang harus dilakukan secara berturut-turut untuk memproduksi barang-barang, serta selanjutnya menyampaikan pada pelanggan atau konsumen. Dengan adanya persediaan yang cukup, maka permintaan konsumen yang bervariasi dapat terpenuhi sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2.2.10 Faktor-Faktor Ketersediaan Bahan Baku

Untuk melangsungkan usahanya dengan lancar maka kebanyakan perusahaan merasakan perlunya persediaan. Umumnya persediaan bahan baku yang dilakukan oleh suatu perusahaan digunakan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi. Dengan demikian, besarnya persediaan bahan baku akan

disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku tersebut untuk pelaksanaan proses produksi yang ada di dalam perusahaan. Jadi untuk menentukan berapa banyak bahan baku yang akan dibeli oleh perusahaan pada suatu periode sangat bergantung kepada seberapa besar masing-masing bahan baku yang dibutuhkan perusahaan untuk keperluan proses produksi.

Menurut Prawirosentono (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah persediaan adalah :

a. Perkiraan pemakaian bahan baku

Besarnya persediaan bahan baku yang diperlukan harus ditentukan sesuai dengan kebutuhan pemakaian bahan baku dalam satu periode produksi tertentu.

b. Harga bahan baku

Harga bahan yang diperlukan juga dapat mempengaruhi besarnya persediaan bahan baku yang harus diadakan.

c. Biaya persediaan

Terdapat beberapa jenis biaya untuk menyelenggarakan persediaan bahan baku, adapun jenis biaya persediaan adalah biaya pesanan (order) dan biaya penyimpanan bahan di gudang.

d. Waktu menunggu pesanan (Lead Time)

Adalah waktu antara tenggang waktu sejak pesanan dilakukan sampai dengan saat pesanan tersebut masuk ke gudang.

Meskipun persediaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, namun perusahaan harus tetap hati-hati dalam mengambil kebijakan tentang persediaan. Persediaan membutuhkan biaya yang banyak dan dalam hal ini

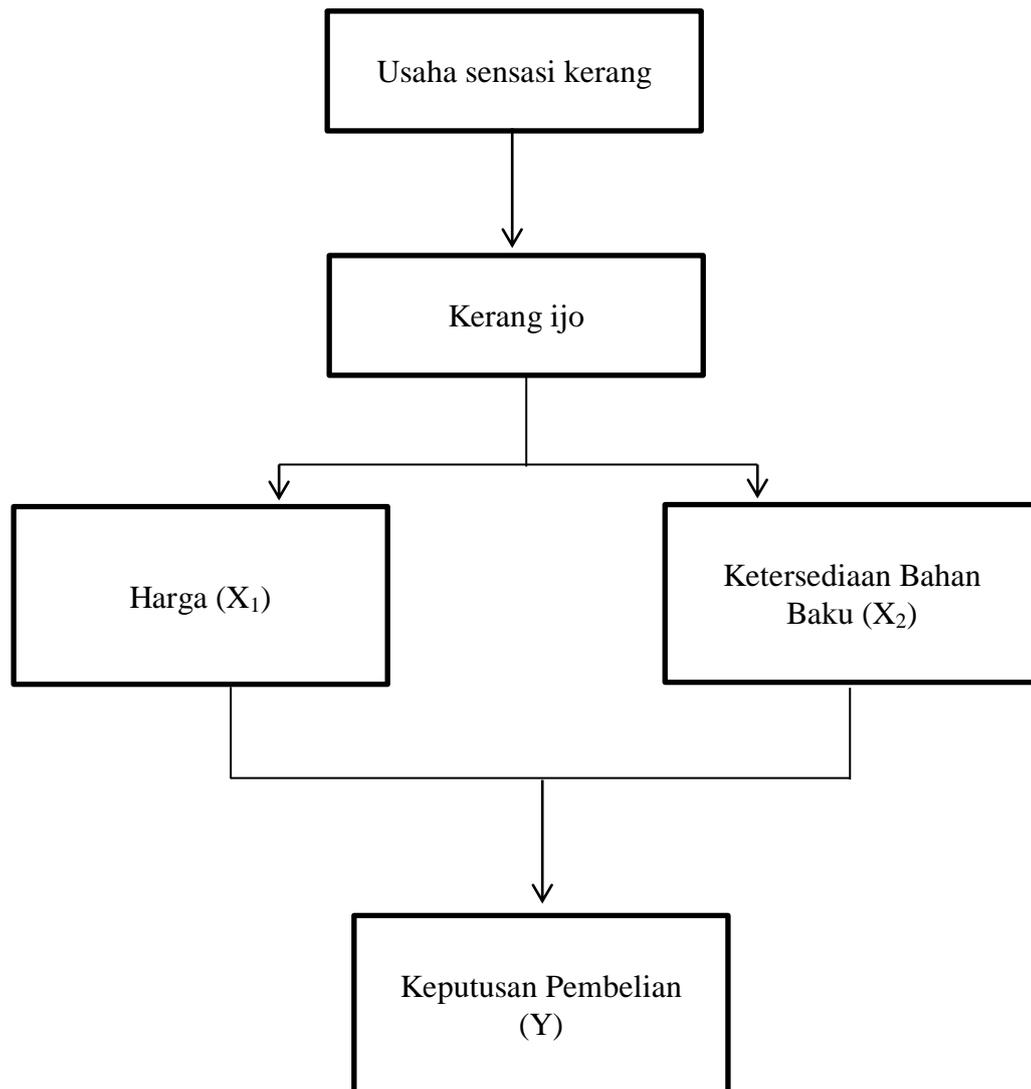
menjadi tugas bagi manajemen untuk menentukan kebijakan yang harus diambil agar biaya persediaan dapat diminimumkan.

2.2.11 Indikator Ketersediaan Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang diolah menjadi produk akhir yang dijual pelaku usaha kemudian dalam proses manufaktur. Bahan baku juga dapat diartikan sebagai bahan penyusun produk akhir baik yang diimpor, bersumber lokal, maupun diolah sendiri (Zaeni *et al.*, 2021). Indikator ketersediaan bahan baku dalam (Tumanggor, 2020). Yaitu:

1. Kualitas bahan baku
2. Ketersediaan bahan baku
3. Sumber bahan baku.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Diagram Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kajian teori dan kerangka konseptual di atas, maka penelitian mengajukan hipotesis yang akan

diuji kebenarannya melalui penelitian ini yaitu: diduga Harga (X_1), dan ketersediaan Bahan Baku (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis melaksanakan penelitian pada usaha Sensasi Kerang yang berlokasi di Jalan Teratai, No. 999, Kebun Kenanga, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu. Pertimbangan mengambil lokasi penelitian pada Sensasi Kerang merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup populer di Kota Bengkulu, khususnya dalam penyajian olahan kerang ijo. Usaha ini memiliki pangsa pasar yang signifikan dan terus berkembang, sehingga menjadi lokasi yang representatif untuk meneliti faktor harga dan ketersediaan bahan baku memengaruhi keputusan pembelian kerang ijo. Penelitian dilakukan pada periode bulan Mei 2025.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Yulianto, 2018). Dalam pengumpulan data penelitian ini digunakan metode penyebaran kuesioner. Kuesioner dimaksudkan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh data yang berupa jawaban-jawaban dari para responden, yaitu orang yang memberikan jawaban.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005). Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui pendekatan survei. Menurut Malhotra (2005) metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang supaya mendapatkan informasi spesifik. Maka, metode ini memperoleh informasi berdasarkan pertanyaan yang diajukan ke responden. Kuesioner akan diberikan kepada responden, baik yang sedang membeli maupun yang telah melakukan pembelian di Sensasi Kerang Kota Bengkulu. Setelah peneliti mengumpulkan semua data yang sudah di isi maka akan di Analisa oleh peneliti.

3.3 Metode Penentuan Responden

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli kerang ijo lebih dari 1 kali yang berada di Kota Bengkulu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu responden yang secara kebetulan bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga.

Berikut rumus dari Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 1 - a/2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{Z^2 1 - a/2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Sehingga berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 96 orang sehingga pada penelitian ini mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku

Pengukuran tingkat harga dan ketersediaan bahan baku menggunakan skala likert. Dalam kuesioner pada peneliti ini menggunakan skala likert bentuk *checklist* dengan bobot skor atau penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jenis Jawaban		Bobot
	Pilihan	Keterangan	
1	S	Setuju	3
2	KS	Kurang Setuju	2
3	TS	Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, (2015)

Menurut Sugiyono (2015) Skala likert merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan. Tingkat harga dan ketersediaan bahan baku dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu tinggi, sedang dan rendah, dimanaa kategori ini dilakukan dengan cara pembobotan dan untuk mencari nilai bobot standar dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{(\text{nilai tertinggi}) - (\text{nilai terendah})}{\text{Jumlah kelas}}$$

Jumlah kelas:

Harga

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{60 - 20}{3} \\ &= 13,33 \end{aligned}$$

Ketersediaan Bahan Baku

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{45 - 15}{3} \\ &= 10 \end{aligned}$$

Dimana :

- a. nilai atas = skor tertinggi (3) x jumlah pertanyaan
- b. nilai bawah = skor terendah (1) x jumlah pertanyaan

Tabel 3.2 Skor Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku

No	Kategori	Jumlah Skor
1	Tingkat Harga	
	a. Rendah	20-33,33
	b. Sedang	33.4-46,63
	c. Tinggi	46,64-60
2	Tingkat persediaan bahan baku	
	a. Rendah	15-24
	b. Sedang	25-34
	c. Tinggi	35-45

Sumber: Data Olahan 2025

3.4.2 Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku terhadap Keputusan Pembelian

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. “Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2012).

Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan kolerasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015) :

- a) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c) Dengan memperhatikan kolom Corrected Item-Total Correlation apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid.

3.4.2.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghozali, (2012) “Instrumen dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Dalam pengambilan keputusan reabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2012).

3.4.2.3 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependent dengan satu atau lebih variabel independent, dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui (Sugiono, 2015).

Rumus regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (Harga)

b_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (Ketersediaan Bahan Baku)

X_1 = Harga

X_2 = Ketersediaan bahan baku

e = Variabel pengganggu

3.4.2.4 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2012) pengujian ini untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Kriteria untuk menguji nilai hipotesis adalah yaitu sebagai berikut : dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} :

- a. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_a ditolak
- b. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_a diterima dengan tingkat keputusan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% maka:
 - 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.4.2.5 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2012), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan).

Hal ini berarti bahwa variabel independen (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3.4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar keterikatan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) secara simultan, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen.

3.5 Konsep Pengukuran Variabel

Tabel 3.3 Konsep Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Harga (X_1) merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang didapatkan dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
2.	Ketersediaan Bahan Baku (X_2) suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan yang dimaksud untuk dijual dalam satu periode usaha yang normal atau persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi	a. Kualitas bahan baku b. Ketersediaan bahan baku c. Sumber bahan baku	Ordinal

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Sensasi Kerang

Usaha Sensasi Kerang berdiri tanggal 25 Mei 2016. Usaha Sensasi Kerang berdiri pertama kali dimulai dari skala kecil, yakni berjualan di lingkungan kosan selama kurang lebih tiga bulan. Seiring berjalannya waktu, permintaan konsumen yang semakin tinggi, khususnya untuk menikmati makan di tempat mendorong pemilik usaha untuk mengambil langkah berani menyewa sebuah ruko kecil dengan modal pinjaman. Usaha ini pun berkembang dan dapat bertahan hingga saat ini.

Ide mendirikan bisnis kuliner yang berfokus pada seafood, khususnya kerang, muncul karena tingginya minat masyarakat terhadap masakan laut sebagai pilihan favorit keluarga. Meskipun restoran besar yang menyajikan seafood sudah cukup banyak, belum banyak yang secara khusus menawarkan berbagai macam jenis olahan kerang. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan yang ingin dijawab oleh Sensasi Kerang.

Usaha ini berkomitmen untuk terus menjaga kualitas bahan baku yang segar, proses pengolahan makanan yang bersih, serta cita rasa yang khas dan berbeda. Pelayanan yang ramah juga menjadi salah satu nilai utama yang dijaga dalam usaha ini. Target pasar yang ingin dijangkau meliputi anak muda, keluarga dan para pekerja kantoran yang mencari makanan segar, lezat dan terjangkau. Strategi pemasaran yang diterapkan antara lain melalui media sosial, kerja sama

dan layanan ojek online, serta promosi di lokasi-lokasi strategis seperti area perkantoran dan kampus.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dibatasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan jenis pekerjaan. Data tersebut diperoleh dari masing-masing responden, pengambilan data ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.

4.2.1 Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu mengelompokkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Pria dan wanita. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	42	43,75
Wanita	54	56,25
Jumlah	96	100

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan bahwa 96 sampel responden, berjenis kelamin pria sebanyak 42 orang dengan persentase 43,75%, sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 54 dengan persentase 56,25%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu lebih banyak wanita.

4.2.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yaitu mendeskripsikan identitas responden berdasarkan usia atau umur. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
20-25	25	26,04
26-30	51	53,13
31-40	20	20,83
Jumlah	96	100

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa dari 96 responden yang diambil berdasarkan usia responden di Usaha Sensasi Kerang yaitu responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 20,83%, responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 51 orang dengan persentase 53,13% dan responden yang berusia 20-25 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 26,04%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang berusia 26-30 tahun.

4.2.3 Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan yaitu mendeskripsikan Pendidikan terakhir konsumen. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMA/SMK	78	81,25
S1	17	17,71
S2	1	1,04
Jumlah	96	100

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel diatas, Pendidikan terakhir proporsi terbanyak adalah responden yang pendidikan terakhirnya SMA/SMK yaitu sejumlah 78 orang dengan persentase 81,25%. Kemudian diikuti responden dengan pendidikan terakhirnya S1 sebanyak 17 orang dengan persentase 17,68%. Responden dengan

pendidikan terakhir S2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,07%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang sebagian besar pendidikan terakhirnya SMA/SMK.

4.2.4 Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yaitu menggambarkan jenis pekerjaan responden yang berbelanja di Usaha Sensasi Kerang. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	1	1,04
Pegawai Swasta	40	41,67
BUMN	9	9,38
Wiraswasta	27	28,12
PNS	8	8,33
Lain-lain	11	11,46
Jumlah	96	100

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan data pada tabel diatas, proporsi terbanyak responden yang pekerjaannya pegawai swasta sebanyak 40 orang dengan persentase 41,67%. Diikuti dengan responden Wiraswasta sebanyak 27 orang dengan persentase 28,12%, BUMN sebanyak 9 orang dengan persentase 9,38%, PNS sebanyak 8 orang dengan persentase 8,33% dan lain lain sebanyak 11 orang dengan persentase 11,46. Proporsi responden terkecil yaitu Mahasiswa 1 orang dengan persentase 1,04%.

4.3 Tingkat Harga dan Ketersediaan Bahan Baku

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarikan kepada responden, diperoleh data mengenai persepsi terhadap Tingkat harga dan ketesediaan bahan baku. Pengukuran dilakukan menggunakan skala likert.

Berikut adalah hasil skor rata-rata dari setiap faktor dalam penelitian ini:

Tabel 4.5 Tingkat Harga

No	Kategori Tingkat Harga (Skor)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Tingkat Harga
1	Rendah = 20 - 33,33	0	0	Tinggi (57,98)
2	Sedang = 33,4 – 46,63	3	3,125	
3	Tinggi = 46,64 - 60	93	96,875	
Rata-rata 57,98		96	100	

Sumber: Data Olahan 2025

Dari tabel diatas tingkat harga pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu berada pada rata-rata 57,98 artinya harga olahan kerang ijo tergolong pada kategori tinggi. Tingkat harga dengan kategori rendah (20-33,33) yaitu sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, sedangkan kategori sedang (33,4-46,63) sebanyak 3 orang atau sebesar 3,125%, dan kategori tinggi yaitu (46,64-60) sebanyak 93 orang atau sebesar 96,875%. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat harga pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu dengan kategori tinggi yaitu (46,64-60).

Berdasarkan temuan diatas tingkat harga pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu berada pada rata-rata 57,98 masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harga memberikan manfaat yang sesuai terhadap konsumen.

Tabel 4.6 Tingkat Ketersediaan Bahan Baku

No	Kategori Tingkat Ketersediaan Bahan Baku (Skor)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Tingkat Ketersediaan Bahan Baku
1	Rendah = 15 - 24	0	0	Tinggi (43,45)
2	Sedang = 25 - 34	0	0	
3	Tinggi = 35 - 45	96	100	
Rata-rata 43,45		96	100	

Sumber: Data Olahan 2025

Dari tabel diatas tingkat ketersediaan bahan baku pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu berada pada rata-rata 43,45 artinya ketersediaan bahan baku olahan kerang ijo tergolong pada kategori tinggi. Tingkat harga dengan kategori rendah (15-24) yaitu sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, sedangkan kategori sedang (25-34) sebanyak 3 orang atau sebesar 0%, dan kategori tinggi yaitu (35-45) sebanyak 93 orang atau sebesar 100%. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat harga pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu dengan kategori tinggi yaitu (35-45).

Berdasarkan temuan diatas tingkat ketersediaan bahan baku pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu berada pada rata-rata 43,45 masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Sensasi Kerang memiliki persediaan bahan baku dalam jumlah yang mencukupi untuk mendukung kegiatan operasional dan produksi.

4.4 Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian

4.4.1 Uji Validitas

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 konsumen yang dijadikan objek penelitian. Perbandingan r_{hitung} dengan r_{tabel} perlu diketahui terlebih dahulu. Jadi apabila hasil dari r_{hitung} tiap item pertanyaan melebihi angka 0,202 maka item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

a. Uji Validitas Variabel X1

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,744	0,201	VALID
X1.2	0,909	0,201	VALID
X1.3	0,865	0,201	VALID
X1.4	0,798	0,201	VALID
X1.5	0,843	0,201	VALID
X1.6	0,953	0,201	VALID
X1.7	0,759	0,201	VALID
X1.8	0,953	0,201	VALID
X1.9	0,930	0,201	VALID
X1.10	0,782	0,201	VALID
X1.11	0,784	0,201	VALID
X1.12	0,827	0,201	VALID
X1.13	0,874	0,201	VALID
X1.14	0,697	0,201	VALID
X1.15	0,763	0,201	VALID
X1.16	0,953	0,201	VALID
X1.17	0,548	0,201	VALID
X1.18	0,782	0,201	VALID
X1.19	0,397	0,201	VALID
X1.20	0,953	0,201	VALID

Sumber: Data Olahan 2025

Semua item pertanyaan variabel X1 dalam kuesioner memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , yang berarti semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Ketersediaan Bahan Baku

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,422	0,201	VALID
X2.2	0,650	0,201	VALID
X2.3	0,282	0,201	VALID
X2.4	0,242	0,201	VALID
X2.5	0,304	0,201	VALID
X2.6	0,509	0,201	VALID
X2.7	0,381	0,201	VALID
X2.8	0,850	0,201	VALID
X2.9	0,343	0,201	VALID
X2.10	0,850	0,201	VALID
X2.11	0,261	0,201	VALID
X2.12	0,458	0,201	VALID
X2.13	0,458	0,201	VALID
X2.14	0,612	0,201	VALID
X2.15	0,850	0,201	VALID

Sumber: Data Olahan 2025

Semua item pertanyaan variabel X2 dalam kuesioner memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , yang berarti semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,370	0,201	VALID
Y2	0,918	0,201	VALID
Y3	0,918	0,201	VALID
Y4	0,407	0,201	VALID
Y5	0,755	0,201	VALID
Y6	0,404	0,201	VALID
Y7	0,379	0,201	VALID
Y8	0,840	0,201	VALID
Y9	0,918	0,201	VALID
Y10	0,475	0,201	VALID

Sumber: Data Olahan 2025

Semua item pertanyaan variabel Y dalam kuesioner memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , yang berarti semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reabilitas

Penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,6. Jadi, hasil uji reabilitas nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,6 maka dapat dikatakan *Reliable* untuk dijadikan sebagai alat untuk mengukur dalam kuesioner ini. Adapun hasil uji reabilitas penelitian ini yaitu:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel X1

Jumla Item	Cronbach's Alpha
20	0,968

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 Uji Reabilitas disetiap item pertanyaan terhadap variabel X1 diperoleh nilai *Cronbach Alpha* (r_{hitung}) 0,968 (r_{tabel}) 0,6 maka instrumen pertanyaan dinyatakan *Reliable* atau konsisten.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Variabel X2

Jumla Item	Cronbach's Alpha
15	0,716

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.11 Uji Reabilitas disetiap item pertanyaan terhadap variabel X2 diperoleh nilai *Cronbach Alpha* (r_{hitung}) 0,716 (r_{tabel}) 0,6 maka instrumen pertanyaan dinyatakan *Reliable* atau konsisten.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Jumla Item	Cronbach's Alpha
10	0,864

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 Uji Reabilitas disetiap item pertanyaan terhadap variabel Y diperoleh nilai *Cronbach Alpha* (r_{hitung}) 0,864 (r_{tabel}) 0,6 maka instrumen pertanyaan dinyatakan *Reliable* atau konsisten.

4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan ketersediaan bahan baku terhadap keputusan pembelian konsumen pada Usaha Sensasi Kerang. Maka dapat diketahui hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.023	1.813		3.321	.001
	Harga	.174	.026	.563	6.585	.000
	Ketersediaan Bahan Baku	.307	.069	.382	4.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

Dari hasil data diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,023 + 0,174X_1 + 0,307X_2 + e$$

Kesimpulannya:

X_1 : Harga

X_2 : Ketersediaan Bahan Baku

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi antara harga terhadap keputusan pembelian

b_2 : Koefisien regresi antara ketersediaan bahan baku terhadap keputusan pembelian

Dari penjelasan tersebut maka dapat diimplementasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 6,023 artinya jika variabel harga dan ketersediaan bahan baku nilainya (0), maka keputusan pembelian akan tetap berada pada 6,023. Artinya jika Usaha Sensasi Kerang tidak memberikan harga yang sesuai dan ketersediaan bahan baku yang cukup maka keputusan pembelian akan berada tetap pada 6,023 atau 60,23%.
- b. Variabel harga (X_1) memiliki nilai sebesar 0,174, menyatakan bahwa jika harga bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,174 dengan persentase 17,4%. Dengan demikian, koefisien bernilai positif

antara harga (X1) dengan keputusan pembelian (Y), semakin naik (X1) maka semakin meningkat (Y).

- c. Variabel ketersediaan bahan baku (X2) memiliki nilai sebesar 0,307, menyatakan bahwa jika harga bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,307 dengan persentase 30,7%. Dengan demikian, koefisien bernilai positif antara ketersediaan bahan baku (X2) dengan keputusan pembelian (Y), semakin naik (X2) maka semakin meningkat (Y).

4.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*Adjusted R2*) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu tekanan ketaatan, kompleksitas tugas, efikasi diri, tekanan anggaran waktu terhadap *audit judgement*. Nilai (*Adjusted R2*) mempunyai interval antara 0 dan 1. Adapun nilai koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.833	.626

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Bahan Baku, Harga

Berdasarkan hasil koefisien determinasi ini dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar $R=.915^a$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan ketersediaan bahan baku memiliki

hubungan yang erat terhadap keputusan pembelian Olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan sejalan dengan tingkat hubungan yang tinggi. Dari analisis data diatas diketahui bahwa besarnya *Adjusted R Square* 0,833. Hal ini berarti 83,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh varian variabel harga dan ketersediaan bahan baku. Sedangkan sisanya ($100\% - 83,3\% = 16,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi.

4.4.5 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2012) pengujian ini untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Kriteria untuk menguji nilai hipotesis adalah yaitu sebagai berikut : dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} :

- a. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_a ditolak
- b. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_a diterima dengan tingkat keputusan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% maka:
 - 3) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - 4) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185.335	2	92.667	236.182	.000 ^b
	Residual	36.097	92	.392		
	Total	221.432	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Bahan Baku, Harga

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

Dari tabel diatas diketahui mengenai uji f simultan dan maka dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha=0,05$ diperoleh $F_{tabel} = 3,09$. Hasil pengujian statistik dihasilkan F_{hitung} sebesar 236,182 dengan sig 0,000. Nilai sig $0,000 < 0,05$. Dengan demikian $F_{hitung} 236,182 > F_{tabel} 3,09$, yang berarti bahwa variabel harga dan ketersediaan bahan baku secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

4.4.6 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji statistik t (Uji-t). Pengujian statistik ini dilakukan dengan melihat taraf signifikan (p value), jika taraf signifikansi yang memiliki nilai perhitungan dibawah (lebih besar) dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.023	1.813		3.321	.001
	Harga	.174	.026	.563	6.585	.000
	Ketersediaan Bahan Baku	.307	.069	.382	4.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 25

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Diketahui nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,585 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap variabel Y.

b. Pengaruh X2 Terhadap Y

Diketahui nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,468 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap variabel Y.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi

Kerang. Hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,585 > 1,968$) dengan nilai sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00.

Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Alma (2013) mengemukakan harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ridho Saputra pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru”. Hasil ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru.

Harga yang ditunjukkan oleh Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan pandangan konsumen, karena pada prinsipnya jika harga yang diberikan atau yang ditawarkan oleh Usaha Sensasi Kerang itu rendah maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk Olahan Kerang Ijo, namun jika Usaha Sensasi Kerang menaikkan atau meninggikan harga produk tersebut maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen di Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

4.5.2 Pengaruh Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang. Hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa nilai

t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,468 > 1,986$) dengan nilai sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00.

Persediaan menurut Assauri (2008) suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan yang dimaksud untuk dijual dalam satu periode usaha yang normal atau persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi. Sedangkan menurut Handoko (2014) istilah persediaan (*inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan.

Jika ketersediaan bahan baku terjaga dan terjamin kualitasnya oleh Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu, maka akan meningkatkan keputusan pembelian pembelian dalam membeli produk Usaha Sensasi Kerang khususnya olahan Kerang Ijo. Namun jika Usaha Sensasi Kerang tidak bisa menjadi ketersediaan bahan baku maka akan menurunkan tingkat pembelian konsumen pada olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

4.5.3 Pengaruh Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan ketersediaan bahan baku secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu. Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai uji F simultan yakni nilai

F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($236,182 > 3,09$) dengan nilai sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat harga dan ketersediaan bahan baku pada usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu tinggi dan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.
2. Harga dan ketersediaan bahan baku berpengaruh signifikan secara individu dan bersama-sama terhadap keputusan pembelian olahan Kerang Ijo pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka yang menjadi saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi usaha seafood khususnya Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu diharapkan untuk selalu meningkatkan dari segi penyesuaian ekonomi konsumen agar konsumen selalu melakukan pembelian ulang dengan produk tersebut. Serta untuk selalu menjaga kualitas dan menjaga ketersediaan bahan baku agar konsumen selalu melakukan pembelian ulang dengan produk tersebut.
2. Bagi peneliti diharapkan untuk mengimplementasikan hasil penelitian ini kedalam hidup yang nyata dengan menerapkan aspek dan strategi dari penjualan baik harga maupun ketersediaan bahan baku.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari dan menelusuri serta menyempurnakan penelitian ini dengan variabel yang berbeda sehingga akan menjadi penelitian yang sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi & Akuntansi)*. 1(2): 80-103.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Al Muazin. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Bekas pada Konsumen Sepatu Bekas Kendari Beach. Universitas Halu Oleo Kendari.
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Lembaga: BPFE Jogja.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish Publisher.
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar modern: Studi kasus pada Indomaret di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 1(1): 35-42.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen Semarang*: Universitas Diponegoro.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi. Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Fakhrurrazi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mie Aceh Dapur Tanah Rencong. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*. 2(1) : 69-72.
- Hanapi, M., & Sriyanto, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Financial Marketing Operational Human Resources*, April.
- Handoko, H. T. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Pro Mark*, 10(1).
- Kotler. (2012). *Marketing Manajemen*. New Jersey Prentic Hall.
- Manus, F. W. (2017). Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintoun Tondano Barat: *Jurnal EMBA*. 3(2) : 695-705.
- Malhotra, Manes K. (2005). Riset Pemasaran: *Pendekatan Terapan*. Jilid I. Alih Bahasa: Soleh Rusyadi Maryam. Jakarta: PT. Indeks.

- Nasution, M. A. (2019) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi: 59*.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 1(2) : 150-160.
- Prawirosentono. (2001). *Manajemen Persediaan*. Grasindo, Jakarta. Yogyakarta: BPFE.
- Priyono. (2015). *Pengantar Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, M. P. (2014). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Saputra, R. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Sarjana, B., Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol. 10, No. 2*, 356-364.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. 8(1) : 147.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tumanggor, N. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Balok Jembatan Pada PT. Wijaya Karya Beton TBK. Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga)*. 94-116.
- Yusuf, A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Xiaomi di Bekasi. *Jurnal Mirai Management*. 8(2) : 271-280.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 3(2) : 146-154.
- Yulianto, N., A., B., M., U. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Metode Penelitian Bisnis*. Malang: POLINEMA PRESS.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR HARGA DAN KETERSEDIAAN BAHAN BAKU SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN KERANG IJO PADA USAHA SENSASI KERANG KOTA BENGKULU

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur : Tahun
3. Jenis Kelamin : Pria Wanita
4. Pendidikan Terakhir :
5. Agama :
6. Pekerjaan :
7. No HP :

A. Tingkat Harga

Sesuai dengan kondisi saat ini, saudara/i dapat memberi skor setiap pernyataan pada setiap indikator dengan memilihnya dan memberikan tanda \checkmark berdasarkan kondisi yang saudara/i rasakan saat pada inerja penyuluh pernelayanan.

Keterangan :

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

No	Atribut/Pernyataan	Jawaban Pertanyaan		
		TS	KS	S
A. Keterjangkauan Harga		1	2	3
1	Harga kerang ijo di Sensasi Kerang sesuai dengan kemampuan saya.			
2	Saya merasa harga kerang ijo di Sensasi Kerang cukup terjangkau.			
3	Saya bersedia membayar harga saat ini untuk kerang ijo di Sensasi Kerang.			
4	Dibandingkan dengan tempat lain, harga kerang ijo di Sensasi Kerang tergolong wajar			
5	Kualitas kerang ijo yang saya dapatkan sesuai dengan harganya.			
B. Kesesuaian Harga		1	2	3
1	Harga kerang ijo di Sensasi Kerang sesuai dengan kualitas yang saya terima.			
2	Porsi kerang ijo yang disajikan sesuai dengan harga yang dibayar.			
3	Saya merasa mendapatkan nilai yang sesuai dari harga kerang ijo yang saya bayar.			
4	ika membandingkan dengan tempat lain, harga kerang ijo di Sensasi Kerang sudah tepat.			

5	Harga kerang ijo sesuai dengan ekspektasi saya terhadap menu yang ditawarkan.			
C. Daya Saing Harga		1	2	3
1	Harga kerang ijo di Sensasi Kerang lebih bersaing dibandingkan tempat makan sejenis.			
2	Sensasi Kerang menawarkan harga kerang ijo yang lebih menarik dibandingkan pesaingnya			
3	Sensasi Kerang mampu bersaing dalam hal harga kerang ijo di pasaran.			
4	Harga kerang ijo di Sensasi Kerang memberikan keunggulan dibandingkan tempat makan lainnya.			
5	Sensasi Kerang menawarkan kombinasi harga dan kualitas yang lebih baik daripada pesaing.			
D.Kesesuaian Harga dengan Manfaat		1	2	3
1	Harga kerang ijo di Sensasi Kerang sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.			
2	Saya merasa puas karena manfaat yang saya terima sebanding dengan harga yang dibayar.			
3	Rasa dan kualitas kerang ijo sepadan dengan harga yang ditetapkan.			
4	Jika dibandingkan manfaatnya, harga kerang ijo sudah sangat wajar.			
5	Saya merasa mendapatkan nilai manfaat yang tinggi dari harga kerang ijo di Sensasi Kerang.			

B. Ketersediaan Bahan Baku

Sesuai dengan kondisi saat ini, saudara/i dapat memberi skor setiap pernyataan pada setiap indikator dengan memilihnya dan memberikan tanda \checkmark berdasarkan kondisi yang saudara/i rasakan saat pada inerja penyuluh pelayanan.

Keterangan :

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

No	Atribut/Pernyataan	Jawaban Pertanyaan		
		TS	KS	S
D. Kualitas Bahan Baku		1	2	3
1	Bahan baku kerang ijo di Sensasi Kerang terlihat bersih dan higienis.			
2	Kualitas kerang ijo di Sensasi Kerang terjaga dengan baik.			
3	Tekstur kerang ijo menunjukkan bahwa bahan bakunya berkualitas tinggi.			
4	Saya percaya bahwa bahan baku kerang ijo yang digunakan aman untuk dikonsumsi.			
5	Kerang ijo yang disajikan tidak berbau amis atau tidak sedap.			
E. Ketersediaan Bahan Baku		1	2	3
1	Bahan baku kerang ijo selalu tersedia			
2	Ketersediaan kerang ijo tidak pernah mengganggu kelancaran operasional usaha.			
3	Suplai kerang ijo untuk usaha ini berjalan secara stabil dan berkelanjutan.			
4	Konsistensi dalam penyediaan bahan baku kerang ijo membantu menjaga kualitas produk.			
5	Ketersediaan kerang ijo memungkinkan Sensasi Kerang melayani pelanggan setiap hari.			
F. Sumber Bahan Baku		1	2	3
1	Sumber bahan baku kerang ijo Sensasi Kerang berasal dari pemasok yang terpercaya.			
2	Sensasi Kerang memperoleh kerang ijo dari sumber			

	yang jelas dan dapat dilacak.			
3	Sumber bahan baku kerang ijo memberikan pasokan yang stabil dan berkelanjutan.			
4	Saya percaya bahwa kerang ijo yang digunakan berasal dari sumber yang aman dan higienis.			
5	Sensasi Kerang menjaga hubungan baik dengan sumber pemasok kerang ijo.			

C. Keputusan Pembelian

Sesuai dengan kondisi saat ini, saudara/i dapat memberi skor setiap pernyataan pada setiap indikator dengan memilihnya dan memberikan tanda \checkmark berdasarkan kondisi yang saudara/i rasakan saat pada inerja penyuluh pelayanan.

Keterangan :

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

No	Atribut/Pernyataan	Jawaban Pertanyaan		
		TS	KS	S
1	Saya membeli kerang ijo di Sensasi Kerang karena rasanya yang enak.			
2	Harga kerang ijo yang ditawarkan memengaruhi keputusan saya untuk membeli.			
3	Kualitas bahan baku kerang ijo menjadi pertimbangan utama saya saat membeli.			
4	Saya merasa keputusan membeli kerang ijo di Sensasi Kerang adalah pilihan yang tepat.			
5	Saya akan tetap memilih kerang ijo di Sensasi Kerang meskipun ada banyak pilihan lain.			
6	Saya membeli kerang ijo di Sensasi Kerang karena			

	mendapat rekomendasi dari orang lain.			
7	Pengalaman positif sebelumnya membuat saya memutuskan untuk membeli kembali			
8	Saya membeli kerang ijo di Sensasi Kerang karena pelayanan yang diberikan memuaskan.			
9	Promosi atau diskon memengaruhi keputusan saya dalam membeli kerang ijo.			
10	Lokasi atau kemudahan akses ke tempat usaha memengaruhi keputusan pembelian saya.			

Lampiran 2. Data Responden

No. Resp	DATA RESPONDEN			
	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
1	29	Pria	S1	BUMN
2	27	Pria	S1	BUMN
3	25	Wanita	S2	BUMN
4	23	Wanita	SMA/SMK	Wiraswasta
5	26	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
6	31	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
7	33	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
8	35	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
9	27	Pria	S1	Wiraswasta
10	28	Pria	S1	Wiraswasta
11	29	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
12	22	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
13	32	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
14	30	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
15	27	Wanita	S1	PNS
16	27	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
17	28	Pria	SMA/SMK	PNS
18	29	Wanita	S1	PNS
19	26	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
20	26	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
21	29	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
22	20	Wanita	SMA/SMK	Mahasiswa
23	27	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
24	26	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
25	25	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
26	25	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
27	24	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
28	23	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
29	25	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
30	26	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
31	27	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
32	30	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
34	36	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
35	33	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga

36	36	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
37	22	Wanita	SMA/SMK	Mahasiswa
38	28	Pria	S1	PNS
39	29	Wanita	S1	BUMN
40	27	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
41	29	Pria	SMA/SMK	PNS
42	27	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
43	25	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
44	24	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
45	29	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
46	30	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
47	29	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
48	28	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
49	25	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
50	24	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
51	26	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
52	30	Wanita	S1	BUMN
53	33	Wanita	S1	BUMN
54	30	Wanita	S1	BUMN
55	35	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
56	33	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
57	27	Pria	S1	Wiraswasta
58	25	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
59	26	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
60	29	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
61	30	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
62	33	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
63	31	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
64	30	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
65	29	Wanita	S1	BUMN
66	27	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
67	29	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
68	36	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
69	24	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
70	25	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
71	31	Wanita	SMA/SMK	Wiraswasta
72	30	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
73	28	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
74	27	Wanita	SMA/SMK	PNS

75	26	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
76	26	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
77	25	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
78	24	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
79	30	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
80	31	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
81	35	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
82	25	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
83	26	Pria	S1	PNS
84	28	Pria	S1	PNS
85	24	Pria	SMA/SMK	Pegawai Swasta
86	23	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
87	28	Wanita	S1	BUMN
88	27	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
89	27	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
90	25	Wanita	S1	Pegawai Swasta
91	25	Pria	SMA/SMK	Wiraswasta
92	23	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
93	26	Wanita	SMA/SMK	Pegawai Swasta
94	29	Wanita	SMA/SMK	Wiraswasta
95	31	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga
96	32	Wanita	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga

46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	58
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	58
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	43
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	42

88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
95	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	24
96	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	24

Lampiran 4. Output Hasil Olah Data SPSS

Uji Validitas Variabel Harga (X1)

X1.1	Pearson Correlation	.744
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.2	Pearson Correlation	.909
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.3	Pearson Correlation	.865
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.4	Pearson Correlation	.798
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.5	Pearson Correlation	.843
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.6	Pearson Correlation	.953
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.7	Pearson Correlation	.759
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.8	Pearson Correlation	.953
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.9	Pearson Correlation	.930
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.10	Pearson Correlation	.782
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.11	Pearson Correlation	.784
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.12	Pearson Correlation	.827
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.13	Pearson Correlation	.874
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.14	Pearson Correlation	.697
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.15	Pearson Correlation	.763
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.16	Pearson Correlation	.953
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.17	Pearson Correlation	.548
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.18	Pearson Correlation	.782
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.19	Pearson Correlation	.397
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X1.20	Pearson Correlation	.953
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Uji Validitas Variabel Ketersediaan Bahan Baku (X2)

X2.1	Pearson Correlation	.422
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.2	Pearson Correlation	.650
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	96
--	---	----

X2.3	Pearson Correlation	.282
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.4	Pearson Correlation	.242
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.5	Pearson Correlation	.304
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.6	Pearson Correlation	.509
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.7	Pearson Correlation	.381
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.8	Pearson Correlation	.850
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.9	Pearson Correlation	.343
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.10	Pearson Correlation	.850
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.11	Pearson Correlation	.261
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.12	Pearson Correlation	.458
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.13	Pearson Correlation	.458
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.14	Pearson Correlation	.612
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

X2.15	Pearson Correlation	.201
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Y1	Pearson Correlation	.370
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y2	Pearson Correlation	.918
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y3	Pearson Correlation	.918
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y4	Pearson Correlation	.407
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y5	Pearson Correlation	.755
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y6	Pearson Correlation	.404
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y7	Pearson Correlation	.379
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y8	Pearson Correlation	.840
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y9	Pearson Correlation	.918
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Y10	Pearson Correlation	.475
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Uji Reabilitas Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.968	20

Uji Reabilitas Variabel Ketersediaan Bahan Baku (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.716	15

Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.864	10

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.023	1.813		3.321	.001
	Harga	.174	.026	.563	6.585	.000
	Ketersediaan Bahan Baku	.307	.069	.382	4.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.833	.626

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Bahan Baku, Harga

Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.023	1.813		3.321	.001
	Harga	.174	.026	.563	6.585	.000
	Ketersediaan Bahan Baku	.307	.069	.382	4.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185.335	2	92.667	236.182	.000 ^b
	Residual	36.097	92	.392		

Total	221.432	94		
-------	---------	----	--	--

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
- b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Bahan Baku, Harga

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian



Sesi Wawancara dengan responden

Tabel Uji t

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.013
47	1.678	2.012
48	1.677	2.011
49	1.677	2.010

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.994
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984

Tabel Uji-t

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$ $df_2 = (n-k-1)$	$df_1 = (k-1)$							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 ₈	199.500	215.70 ₇	224.583	230.162	233.98 ₆	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126

52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

Tabel Uji F



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS PERTANIAN

Jln. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu , Telp. (0736) 22027

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : BAYU DWI PRASETYA BAHARI **Jenis Kelamin** : L
NPM : 21060065
Program Studi : AGRIBISNIS
Alamat : AIR TERAS, TALO SELUMA
No. Telp / HP : 082168556561
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor Harga dan Ketersediaan Bahan Baku Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Olahan Kerang Ijo Pada Usaha Sensasi Kerang Kota Bengkulu
Semester Mulai : Perbaikan Genap 2024/2025
Dosen Pembimbing : HERRI FARIADI, SP.,M.Si (Pembimbing Utama)
 EVI ANDRIANI, SP.,M.Si (Pembimbing Pendamping)
Dosen Penguji :
Riwayat Bimbingan : Pembimbing Utama

KE	TANGGAL BIMBINGAN	DOSEN	URAIAN BIMBINGAN	TTD	
				MHS	PEMB
1	2	3	4	5	6
1	07 Januari 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Latar belakang		
2	15 Februari 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Latar belakang, rumusan masalah, tujuan		
3	29 April 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Analisis Data		
4	03 Mei 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Kuesioner		
5	20 Mei 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	ACC Seminar Proposal		
6	02 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Tabulasi Data		
7	04 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Tabulasi Data		
8	07 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Pembahasan		
9	08 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Pembahasan		
10	09 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Pembahasan		
11	10 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	Pembahasan		
12	11 Juni 2025	HERRI FARIADI, SP.,M.Si	ACC Ujian Skripsi		

Ketua Prodi Agribisnis
 Herri Fariadi, SP.,M.Si
 NIDN: 0216068302

Mengetahui,

Pembimbing Utama

HERRI FARIADI, SP.,M.Si
 NIDN: 0216068302

