

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK KULIT PATIN
(Studi Kasus pada konsumen UMKM D,umai Food Kota Dumai Provinsi Riau)**

***The Effect Of Product Quality And Price On Patin Skin Chips Purchase Decisions
(Case Study on Consumers of UMKM D,umai Food, Dumai City, Riau Province)***

Indah Sari Pratiwi^{1*}, Aniek Sulestiani² Hari Subagio³

¹Perikanan Univeristas Hang Tuah. indahsaripratiwi797@gmail.com

² Perikanan Univeristas Hang Tuah.

³ Perikanan Univeristas Hang Tuah

* Penulis Korespondensi : indahsaripratiwi797@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian keripik kulit patin di UMKM D'umai Food. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang membeli produk keripik kulit patin dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah teknik Probability Sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, analisis regresi ordinal, analisis rank spearman dan koefisien konkordansi kendall W. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. pada uji regresi ordinal sebesar $0,006 < \alpha (0,05)$ dan pada uji rank spearman nilai sig. (2-tailed) $0,001 < 0,05$ dan nilai korelasi sebesar 0,589. Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig pada uji regresi ordinal sebesar $0,020 < \alpha (0,05)$ dan pada analisis rank spearman nilai sig. (2-tailed) $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien korelasi 0,456. Kualitas produk dan harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig pada $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien konkordansi kendall W sebesar 0,949.

KATA KUNCI: Harga, Keputusan Pembelian, Keripik Kulit Patin, Kualitas Produk,

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for patin skin chips at D'umai Food MSMEs. This study was conducted using quantitative methods. The population used were customers who purchased patin skin chips with a sample size of 60 respondents with the sampling technique being Probability Sampling. Data analysis used in this study was data quality testing, ordinal regression analysis, Spearman rank analysis and Kendall W concordance coefficient. Testing was carried out using the SPSS 30 application. The results of this study indicate that product quality influences purchasing decisions with a sig. value in the ordinal regression test of $0.006 < \alpha (0.05)$ and in the Spearman rank test the sig. value. (2-tailed) $0.001 < 0.05$ and a correlation value of 0.589. Price also influences purchasing decisions with a sig. value in the ordinal regression test of $0.020 < \alpha (0.05)$ and in the Spearman rank analysis the sig. value. (2-tailed) $0.001 < 0.05$ with a correlation coefficient value of 0.456. Product quality and price also influence purchasing decisions with a Sig value of $0.001 < 0.05$ and a Kendall W concordance coefficient value of 0.949.

KEYWORDS: Price, Purchasing Decision, Patin Skin Chips, Product Quality

Pendahuluan

Produk hasil perikanan merupakan cara pengembangan produk baik produk pangan maupun non- pangan dengan menggunakan bahan baku dari hasil perikanan seperti ikan, *shellfish*, rumput laut dan bahan baku hasil samping industri perikanan seperti kulit ikan, jeroan ikan, kepala ikan, sisik ikan, tulang ikan, minyak ikan, kulit udang, kepala udang dan limbah perikanan lainnya. Ikan patin (*Pangasius sp.*) merupakan salah satu ikan konsumsi air tawar yang umum dikenal dan dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut KKP (2022), produksi ikan patin dari tahun 2021 sebanyak 332 ton, naik hampir 2 kali lipat pada tahun 2022, menjadi sebesar 635 ton. Dari data tersebut menunjukkan bahwa produksi patin meningkat setiap tahunnya.

Keripik kulit patin merupakan salah satu produk olahan perikanan yang menggunakan kulit ikan patin sebagai bahan baku utamanya. Pemilihan kulit patin sebagai bahan baku pembuatan keripik dikarenakan kulit patin memiliki rasa yang gurih, kulit yang lebih kenyal dan tebal dibandingkan dengan ikan lainnya sehingga akan lebih renyah jika digoreng, sehingga sangat cocok menjadi bahan baku pembuatan keripik. Selain itu, kulit patin juga memiliki kandungan kolagen yang cukup tinggi dan mudah diserap oleh tubuh yang bermanfaat untuk kesehatan kulit, sendi dan tulang

UMKM D'umai Food merupakan salah satu usaha dibidang perikanan yang terletak di kota dumai dengan menjual berbagai produk olahan hasil perikanan. Selain keripik kulit patin yang menjadi salah satu produk unggulnya, UMKM ini juga memproduksi olahan produk perikanan lainnya seperti dismum udang, samosa, nugget ikan, dimsum lomek, rolade rula, burger ikan dan fishroll. UMKM D'umai Food sudah melakukan pemasaran produk mulai dari sekitar kota dumai sampai luar kota seperti Pekanbaru.

Pemasaran produk adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan

barang yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Kegiatan pemasaran penting untuk memperhatikan kebutuhan konsumen agar kegiatan usaha dapat bersaing dengan usaha lainnya. Kebutuhan konsumen, dapat pula diketahui minat konsumen yang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan konsumen sebelum membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Wangean & Mandey, 2014). Menurut Sunyoto (2012), mendefinisikan kualitas sebagai tolak ukur dalam menilai suatu produk telah memiliki nilai tambah seperti yang dikehendaki. Kemudian kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam dunia bisnis dimana kinerja suatu perusahaan dapat dinilai baik atau buruk dari kualitas produk yang dihasilkan (Chan & Kumar, 2007). Faktor berikutnya yang memengaruhi keputusan pembelian adalah harga produk. Penetapan harga produk terlalu mahal atau tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, maka konsumen cenderung akan meninggalkan dan mencari produk substitusi lainnya (Dhanabalan et al., 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian keripik kulit patin di UMKM D'umai Food Kota Dumai Provinsi Riau.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis rank spearman dan koefisien konkordansi kendall W. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Guna menjawab persoalan pada penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik kulit patin di UMKM D'umai Food Kota Dumai Provinsi Riau. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas. Uji Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kelebihan suatu instrumen. Metode yang akan

digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor variabel dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.5 %) maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.5 %) maka instrument atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Priyono, 2015).

2. Reliabilitas. Uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur (kuesioner), apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Kuesioner handal (reliabel) apabila memiliki kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Selain itu Cronbach Alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2_{11}}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

K = Jumlah kuesioner

σ^2_{11} = Varian total

3. Analisis Regresi Ordinal. Analisis Regresi Ordinal Menurut Isna (2013), bertujuan sebagaimana analisis regresi yang lain yakni mendapatkan metode terbaik yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen (prediktor) dengan variabel independen (outcome) pada analisis regresi ordinal. Persamaan matematika regresi ordinal dijelaskan Ghozali (2013) sebagai berikut:

$$\text{Logit}(p_1) = \log \frac{p_1}{1-p_1} = \alpha + \beta'X$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2) = \log \frac{p_1 + p_2}{1-p_1-p_2} = \alpha + \beta'X$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k) = \log \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1-p_1-p_2-\dots-p_k} = \alpha + \beta'X$$

4. Analisis Rank Spearman. Korelasi *Rank Spearman* mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan bivariate) di mana kedua variabel yang dikorelasikan berskala ordinal

5. Koefisien Konkordansi Kendall W. Menurut Isna (2013), koefisien Konkordansi Kendall W mempunyai kegunaan untuk mencari relasi di antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (hubungan multivariate).

3. Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	23	38,3%
2	Perempuan	37	61,7%
	Jumlah	60	100%

Tabel 1 menunjukkan bahwa 23 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 38,3% dan 37 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 61,7%. Berdasarkan proporsi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 20 tahun	53	88,3 %
2	20 - 30 tahun	4	6,7 %
3	30 - 40 tahun	3	5 %
	Jumlah	60	100 %

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pertanyaan	Koefisien korelasi (r -hitung)	Nilai r tabel (N = 60, α =5%)	Keterangan
X1.1	0,579	0,2542	Valid
X1.2	0,701	0,2542	Valid
X1.3	0,585	0,2542	Valid
X1.4	0,706	0,2542	Valid
X1.5	0,605	0,2542	Valid
X1.6	0,339	0,2542	Valid
X1.7	0,488	0,2542	Valid
X1.8	0,662	0,2542	Valid
X1.9	0,439	0,2542	Valid
X1.10	0,404	0,2542	Valid
X1.11	0,589	0,2542	Valid
X1.12	0,672	0,2542	Valid
X1.13	0,359	0,2542	Valid
X1.14	0,440	0,2542	Valid

Dilihat Pada Tabel 3 hasil uji validitas kualitas produk dengan nilai tingkat signifikansi 0.05 dan nilai $df\ 60-2 = 48$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2542. Berdasarkan hasil uji yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang digunakan pada kuesioner variabel kualitas produk dinyatakan valid, karena nilai r hitung $> r$ table

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Pertanyaan	Koefisien korelasi (r -hitung)	Nilai r tabel ($N = 60, \alpha = 5\%$)	Keterangan
X1.1	0,725	0,2542	Valid
X1.2	0,596	0,2542	Valid
X1.3	0,732	0,2542	Valid
X1.4	0,755	0,2542	Valid
X1.5	0,690	0,2542	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa uji validitas pada kuesioner variabel harga valid karena nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner ini dapat digunakan dan layak untuk penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Pertanyaan	Koefisien korelasi (r -hitung)	Nilai r tabel ($N = 60, \alpha = 5\%$)	Keterangan
X1.1	0,692	0,2542	Valid
X1.2	0,639	0,2542	Valid
X1.3	0,859	0,2542	Valid
X1.4	0,666	0,2542	Valid
X1.5	0,673	0,2542	Valid
X1.6	0,757	0,2542	Valid

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai r hitung $> r$ tabel, hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian adalah valid dan artinya kuesioner ini dapat digunakan dan layak untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
Kualitas produk (X1)	0,803	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,740	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,811	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 6 terlihat nilai uji reliabilitas kualitas produk sebesar 0,803 yang mana nilai tersebut lebih besar dari Cronbach's alpha 0,6. Begitu juga dengan

nilai uji reliabilitas pada variable harga sebesar 0,740 dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,811 yang juga lebih besar dari Cronbach's alpha 0,6. Data tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dinyatakan reliable. Menurut Taherdoost (2018), kuesioner atau alat pengukuran yang sudah lulus uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran data tetap konsisten ketika bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap data yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama).

Analisis Regresi Ordinal

Tabel *case processing summary* dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil *Case processing summary*

Case Processing Summary			
	N	Marginal Percentage	
Keputusan pembelian	Tinggi	31	51,7%
	Sedang	25	41,7%
	Rendah	4	6,7%
Valid	60		100,0%
Missing	0		
Total	60		

Tabel 7 merupakan tabel *case processing summary* yang memberikan informasi tentang sampel penelitian. Tabel tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian sebanyak 60 responden dan semuanya dapat terolah dan valid dan tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data dari 60 responden, diketahui bahwa keputusan Pembelian (Y) kategori rendah sebanyak 4 dengan nilai persentase 6,7%, kategori sedang sebanyak 25 responden dengan nilai persentase 41,7% dan yang terakhir kategori tinggi sebanyak 31 responden dengan nilai persentase 51,7%.

Tabel 8. Hasil *Model Fitting Information*

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	48,520			
Final	26,351	22,169	2	<,001

Link function: Logit.

Tabel 8 merupakan tabel *model fitting information* yang dipergunakan untuk menilai kecocokan model dengan penambahan variabel independent. Dasar pengambilan

keputusannya adalah apabila terjadi penurunan pada nilai $-2\log \text{likelihood}$ dari *intercept only* ke final maka hasil regresi ordinal hasilnya lebih baik. Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai $-2\log \text{likelihood}$ awal tanpa memasukkan variabel independen (*intercept only*) nilainya sebesar 48,520. Sedangkan nilai $-2\log \text{likelihood}$ dengan memasukkan variabel independen ke model (final) sebesar 26,351. Terjadi perubahan nilai chi-square yaitu sebesar 22,169 dan pada kolom, sig. nilainya sebesar $<0,001$, artinya model dengan variabel *independent* lebih baik daripada dengan model *intercept*.

Tabel 10. Hasil *Goodness of Fit*

Goodness-of-Fit				
	Chi-Square	Df	Sig.	
Pearson	15,966	10		,101
Deviance	15,598	10		,112
Link function: Logit.				

Tabel *Goodness-of-fit* berfungsi memberikan informasi apakah model regresi logistic ordinal cocok dengan data observasi. Dasar pengambilan keputusan tabel *goodness-of-fit* ini adalah dengan melihat nilai signifikansi chi square, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi ordinal sesuai dengan data observasi. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai pearson sebesar 15,966 dengan signifikan 0,101 ($>0,05$) dan *deviance* sebesar 15,598 dengan signifikansi 0,112 ($>0,05$) dan dapat disimpulkan bahwa model sesuai dengan data observasi dan layak digunakan.

Tabel 11. Hasil *Pseudo R-Square*

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,309
Nagelkerke	,372
McFadden	,208
Link function: Logit.	

Tabel *Pseudo R-Square* menjelaskan seberapa besar variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y). Bagian output pada tabel 11 terdapat 3 model yaitu Cox and Snell dengan nilai 0,309 atau 30,9 % , metode Nagelkerke dengan nilai 0,372 atau 37,2 % dan McFadden sebesar ,208 atau 20,8%. Kesimpulannya ialah kualitas

produk dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk sebanyak 37,2 dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 12. Hasil *Parameter Estimates*

Parameter Estimates					
		Estimate	Std. Error	Wald	Df Sig.
Threshold	[Keputusan pembelian = 1,00]	4,156	1,039	16,004	1 <,001
	[Keputusan pembelian = 2,00]	7,726	1,499	26,570	1 <,001
Location	Kualitas produk	1,757	,640	7,534	1 ,006
	Harga	1,326	,568	5,445	1 ,020

Tabel *parameter estimates*, menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom sig. $\leq (0,05)$ berarti signifikan. Tampak pada tabel 12 kolom sig. bahwa nilai sig. Pada variabel kualitas produk dan harga seluruhnya $\text{Sig} \leq \alpha (0,05)$, berarti variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Analisis *Rank Spearman*

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan uji *rank spearman* dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini :

Tabel 13. Hasil uji *rank spearman* hubungan kualitas produk dan keputusan pembelian

Correlations				
		Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	
Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	1,000	,589**
		Sig. (2-tailed)		<,001
		N	60	60
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	,589**	1,000
		Sig. (2-tailed)	<,001	
		N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 13 merupakan tabel hasil uji *rank spearman* hubungan kualitas produk dan keputusan pembelian. Pada tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,589. Nilai tersebut mencerminkan tingkat korelasi hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian.

Selain itu nilai korelasi tersebut bernilai positif, maka artinya terdapat hubungan positif antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian artinya kualitas suatu produk sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk, semakin baik kualitas suatu produk maka keputusan pembelian konsumen juga ikut meningkat, begitu juga sebaliknya, jika kualitas produk menurut atau buruk maka keputusan konsumen untuk membeli suatu produk juga ikut menurun. Hal ini sesuai dengan pendapat Chi et al dalam Rukmayanti (2022), yang mengatakan jika suatu produk memiliki kualitas yang lebih baik dari produk lainnya dalam satu lini produk yang sama, konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya. Output SPSS pada tabel 13 juga menunjukkan nilai sig. (2-tailed) atau signifikansi sebesar $<0,001$. Karena nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan signifikan variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian pada keripik kulit patin di UMKM D'umai Food.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menggunakan uji *rank spearman* dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini :

Tabel 14. Hasil uji *rank spearman* hubungan harga dan keputusan pembelian

Correlations			
		Harga	Keputusan Pembelian
Spearman's Hrga rho	Correlation	1,000	,456**
	Coefficient		
	Sig. (2-tailed)		<,001
Keputusan Pembelian	N	60	60
	Correlation	,456**	1,000
	Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 14 merupakan tabel hasil uji *rank spearman* hubungan harga dan keputusan pembelian. Tabel hasil uji korelasi *rank spearman* tersebut menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,456. Nilai

tersebut mencerminkan hubungan variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian lemah. Nilai Korelasi yang positif tersebut juga menunjukkan terdapat hubungan positif antara variabel harga dengan keputusan pembelian, yang mana artinya harga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk tetapi lemah dan hubungan yang positif menjelaskan bahwa jika harga suatu produk meningkat maka keputusan konsumen untuk membeli keripik kulit patin juga meningkat, begitu juga sebaliknya, jika harga produk menurut maka keputusan konsumen untuk membeli suatu produk juga ikut menurun. Hal ini dikarenakan harga mencerminkan kualitas suatu produk. pernyataan ini sejalan dengan pendapat Sudaryono (2016), harga merupakan suatu komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seseorang akan belanja, apabila harga sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen, maka keputusan pembelian akan meningkat. Output SPSS di tabel 14 juga menunjukkan nilai sig. (2-tailed) atau signifikansi sebesar $<0,001$. Artinya nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, hasil uji hipotesis melalui korelasi *rank spearman* menunjukkan ada hubungan signifikan antara variabel harga dengan keputusan pembelian

Koefisien Konkordansi Kendall W

Menurut Sugiyono (2012), konkordansi kendall W digunakan untuk mencari korelasi atau hubungan diantara 2 atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil uji yang diperoleh dari uji koefisien konkordansi kendall W berupa tabel *mean rank* dari setiap variabel dan juga tabel test statistic. Tabel *mean rank* dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Hasil *Mean Rank*

Ranks	
	Mean Rank
Kualitas_Produk	3.00
Harga	1.06
Keputusan_Pembelian	1.94

Hasil mean rank pada tabel 15 menunjukkan nilai mean rank kualitas produk adalah 3,00. mean rank Harga 1,06 dan mean rank keputusan pembelian 1,94. Selain tabel mean rank terdapat juga tabel test statistics. Hasil uji ini menunjukkan seberapa besar koefisien korelasi yang dimiliki. Hasil test statistics dapat dilihat pada tabel 16 dibawah ini :

Tabel 16. Hasil *Test Statistics*

Test Statistics	
N	60
Kendall's W ^a	.949
Chi-Square	113.883
Df	2
Asymp. Sig.	<,001
a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Tabel 16 menunjukkan bahwa nilai koefisien konkordansi kendall W sebesar 0,949. Nilai koefisien korelasi tersebut memiliki arti adanya korelasi yang sangat kuat antara variabel kualitas produk dan harga dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh juga Asymp.Sig., sebesar < 0,001, Karena nilai Asymp.Sig., 0,001 < 0,05 maka keputusan uji adalah Ho ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif berarti bahwa peningkatan kualitas produk dan harga yang sesuai akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membeli. Sebaliknya, jika kualitas produk buruk atau harga terlalu mahal, keputusan pembelian cenderung menurun. kualitas produk yang baik, akan mendorong harga jual yang baik, sehingga pembeli mampu mengambil keputusan untuk membeli produk, yang artinya produk keripik kulit patin yang diproduksi oleh UMKM D'umai Food memiliki kualitas yang baik dan harga yang

tawarkan juga sesuai dengan kualitas yang dimiliki keripik kulit patin

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik kulit patin dibuktikan dengan hasil uji pada pengujian rank spearman. Nilai koefisien korelasi variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,589 dengan nilai sig.(2-tailed) sebesar <0,001. Kemudian pada perhitungan regresi ordinal, tampak pada kolom sig. bahwa nilai sig. pada kualitas produk sebesar $0,006 < \alpha (0,05)$. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik kulit patin dengan hasil pengujian pada pengujian rank spearman. Nilai koefisien korelasi variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,456 dengan nilai sig.(2-tailed) sebesar <0,001. Kemudian pada perhitungan regresi ordinal, tampak pada kolom sig. bahwa nilai sig. pada kualitas produk sebesar $0,020 < \alpha (0,05)$. Kulaitas produk dan harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik kulit patin dengan hasil pengujian koefisien konkordansi kendall W yang menunjukkan bahwa korelasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif dibuktikan dengan nilai Sig < 0,001 dan nilai koefisien konkordansi kendall W sebesar 0,949.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak UMKM D'umai Food, Kelurahan Laksamana, Kecamatan Dumai Kota, Kota Dumai yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian dan pengambilan data. Penulis Juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan dan memberikan informasi sangat penting dalam penelitian ini

Daftar Pustaka

[KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2022. Laporan Kinerja DJPB Tahun 2022.

Choose a Sampling Technique for Research', SSRN Electronic Journal, 5(2), pp. 18–27

Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Chan, F. T. S., & Kumar, N. (2007). Global Supplier Development Considering Risk Factors Using Fuzzy Extended AHP-Based Approach. *Omega*, 35(4).

Dhanabalan, T., Subha, K., Shanthi, R., & Sathish, A. (2018). Factors Influencing Consumers' Car Purchasing Decision In Indian Automobile Industry. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10).

Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1715-1725.

Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan keempat. Semarang. Universitas diponegoro.

Isna, Alizar dan Wardo. 2013. Analisis Data Kuantitatif. Purwokerto: STAIN Press. Priyono, 2015. Pengantar Manajemen. Bandung :Linda Karya

Rukmayanti., Fitriana. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*. 12(2)

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, Dan Kasus, VI(2).

Taherdoost, H. (2018) 'Sampling Methods in Research Methodology; How to