

Analisis Pengaruh Harga dan Atribut Produk Masker Terhadap Keputusan Pembelian Masker Di Kecamatan Kota Lumajang

Linda Wahyu Setyowati¹, Drs. Hartono, M.M.², Jesi Irwanto, S.Pd., M.Si³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: lindasbsejati98@gmail.com¹

Email: hartono.wiga234@gmail.com²

Email: jesyrwanto@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2021

Halaman 286-293

ABSTRAK

Keputusan pembelian berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk memilih sebuah produk dari beberapa pilihan alternatif yang dilakukan oleh seorang pelanggan. Kenaikan harga masker pada era pandemi dan berbagai atribut produk masker berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan saat membeli masker. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker di Kecamatan Kota Lumajang. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan masker di Toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya di Kecamatan Kota Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nonprobability sampling dengan menggunakan sampling purposive sebagai teknik pengambilan sampel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Data penelitian yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan atribut produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian masker yang dilakukan oleh pelanggan baik di toko ataupun di apotek. Peningkatan harga masker dan atribut produk masker yang beragam seperti gaya dan desain masker tidak lagi menjadi pertimbangan pelanggan saat membeli masker, karena masker sudah menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat.

Kata Kunci: Harga, Atribut Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Purchasing decisions are related to the decision making process to choose a product from several alternative choices made by a customer. The increase in the price of masks in the pandemic era and various attributes on masks on purchasing decisions for masks in Lumajang City District. In this study using quantitative methods. The data in this study were obtained through observation and questionnaires. Questionnaires were distributed by distributing questionnaires to mask customers at Venus, Alfamart, Indomaret and Manjur Jaya pharmacies in Lumajang City District. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling using purposive sampling as a sampling technique. The number of research respondents in study were 60 respondents. The research data that has been collected is then analyzed using multiple linear regression analysis. From the test results in this study indicate that the price and product attributes do not have a significant influence on the purchasing decisions of masks made by customers either in stores or in pharmacies. The increase in mask prices and various mask product attributes such as mask styles and designs are no longer a customer consideration when buying masks, because masks have become a mandatory requirement for the community.

Keywords: Price, Product Attributes, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Perubahan bentuk tatanan sosial terjadi dalam waktu yang singkat pada era pandemi Covid-19 seperti sekarang ini membuat masyarakat harus adaptif terhadap berbagai bentuk tatanan sosial. Bentuk dari tata aturan baru pada era pandemi ini ditandai dengan adanya himbauan dari pemerintah untuk belajar, bekerja dan beribadah di rumah sejak adanya *Coronavirus Disease 2019* atau Covid-19 di Indonesia. Kebijakan *psysical distancing* juga diterapkan dalam tata aturan baru untuk mengatur perilaku dan kebiasaan masyarakat agar menjaga jarak fisik saat melakukan proses interaksi sosial dengan masyarakat yang lainnya (Ivan, 2020).

Kunci utama untuk memutus mata rantai penularan Covid-19 adalah mematuhi protokol kesehatan. Pemerintah menetapkan protokol kesehatan dengan cara 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak (Rismawan, 2020).

Penjualan masker pada era pandemi mengalami peningkatan yang sangat drastis, terutama penjualan masker di apotek hingga stok masker menjadi langka dan harga masker menjadi naik. Tingginya permintaan masker merupakan penyebab utama naiknya harga masker. Hal ini juga berpengaruh pada naiknya harga masker di pengecer dan distributor. Meskipun harga masker naik tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat saat membeli masker karena masker merupakan barang wajib yang harus dimiliki masyarakat untuk mencegah terjadinya penularan virus Covid-19 (Nugroho, 2020).

Hasil penelitian Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Guntur Saragih menjelaskan bahwa investigasi kelangkaan masker yang melibatkan 6 kantor wilayah KPPU yaitu di Medan, Lampung, Bandung, Surabaya, Balikpapan dan Makassar tidak ditemukan adanya pelanggaran persaingan usaha terkait naiknya harga masker. Kenaikan harga masker disebabkan oleh tingginya permintaan masyarakat sedangkan jumlah masker yang tersedia jumlahnya tidak seimbang dengan permintaan masker yang terus meningkat. Penjual masker eceran menaikkan harga masker untuk mencari untung, jadi kenaikan harga masker bukan berasal dari para produsen dan distributor masker (Sutiawan, 2020).

Penyebab terjadinya fenomena kenaikan harga masker ini karena adanya penetapan harga (*price fixing*) secara bersama-sama yang dilakukan oleh para penjual masker *online* dan *offline* sehingga terjadi kenaikan harga masker di beberapa daerah. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) wajib menginvestigasi kemungkinan adanya perjanjian *price fixing* antara produsen masker. KPPU juga wajib menghukum para produsen masker tersebut dan membatalkan perjanjian *price fixing* di antara para produsen masker jika terbukti terjadi *price fixing* (Riady, 2020).

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya sebuah pengaruh harga masker dan atribut produk masker yang beragam pada saat para pelanggan pembelian masker terhadap keputusan pembelian yang diambil oleh para pelanggan sebelum membeli masker di apotek ataupun toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang dengan jumlah populasi sebanyak 1.200 responden penelitian dan jumlah sampel penelitian sebanyak 60 responden penelitian. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *sampling purposive* sebagai teknik pengambilan sampel. *Sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu observasi dan kuesioner. Adapun beberapa langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda melalui beberapa pengujian seperti uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dengan ketentuan r_{hitung} lebih besar dari $r_{minimal}$ yaitu lebih dari 0,3 (Khrisna, 2013). Dan uji reliabilitas dengan ketentuan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugroho (2011) yang menjelaskan tentang sebuah indeks kriteria reliabilitas yang digunakan untuk menentukan tingkat reliabilitas pada hasil koefisien reliabilitas *alpha cronbach* (Wulandari, 2020). Beberapa pengujian lainnya yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data dengan menggunakan *probability plot*, uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai $VIF < 10$ serta nilai *tolerance* < 1 (Rochaety et al., 2019) dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Scatter Plot* (Asfihan, 2021). Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (Iman, 2013). Ada tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain harga (HG) sebagai variabel pertama atau X_1 , atribut produk (AP)

sebagai variabel kedua atau X_2 dan keputusan pembelian (KP) sebagai variabel ketiga atau Y. Adapun persamaan regresi linier, sebagai berikut:

$$KP = a + b_1HG + b_2AP$$

Setelah itu, dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t (Parsial) dengan ketentuan nilai kurang dari 5% atau 0,05 (Lailli, 2020). Dan uji F (Simultan) dengan ketentuan nilai kurang dari 5% atau 0,05 (Ilham, 2021). Serta pengujian koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan *Adjusted R Square* (Widarjono, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini akan dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	27	45%
Perempuan	33	55%
Usia		
17 – 25 Tahun	37	61,5%
26 – 35 Tahun	12	20%
36 – 50 Tahun	11	18,3%
Pendidikan		
SMP	1	1,7%
SMA	29	48,3%
DIII/S1	30	50%
Pekerjaan		
PNS	2	3,3%
Wiraswasta	16	26,7%
Pelajar/Mahasiswa	20	33,3%
Lainnya	22	36,7%

Sumber: Kuesioner Penelitian Tahun 2021

Berdasarkan penjabaran pada tabel 1. tentang deskripsi responden diatas, hasil yang diperoleh dari kuesioner penelitian yang di isi oleh para responden penelitian dapat disimpulkan bahwa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, lebih dominan pelanggan masker dengan jenis kelamin perempuan, hal ini dikarenakan perempuan lebih mengutamakan *fashion* dan sering mengganti masker yang dipakai untuk beraktivitas di luar ruangan. Berdasarkan usia, lebih dominan pelanggan masker yang berusia 17-25 tahun, karena mayoritas pelanggan masker adalah para remaja. Pendidikan terakhir para pelanggan masker didominasi oleh pelanggan masker yang berpendidikan SMA. Sedangkan berdasarkan pekerjaan, lebih dominan pelanggan masker yang bekerja sebagai pebisnis atau pedagang makanan keliling.

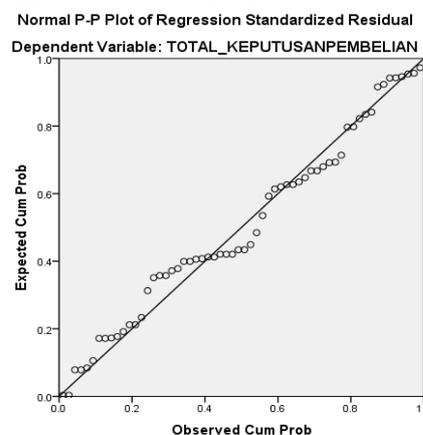
Tabel 2. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

No	Kuesioner	r_{hitung}	Ket	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	Harga (X_1) <ul style="list-style-type: none"> • Pernyataan 1 • Pernyataan 2 • Pernyataan 3 • Pernyataan 4 	0,684 0,782 0,818 0,637	Valid Valid Valid Valid	0,711	Reliabel
2.	Atribut Produk (X_2) <ul style="list-style-type: none"> • Pernyataan 1 • Pernyataan 2 • Pernyataan 3 • Pernyataan 4 	0,699 0,706 0,689 0,759	Valid Valid Valid Valid	0,660	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y) <ul style="list-style-type: none"> • Pernyataan 1 • Pernyataan 2 • Pernyataan 3 	0,610 0,827 0,733	Valid Valid Valid	0,538	Cukup Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan penjabaran pada tabel 2. tentang pengujian validitas dan reliabilitas diatas, hasil yang diperoleh dari

pengujian validitas dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa variabel harga memiliki tingkat validitas yang paling tinggi pada pernyataan 3 dengan instrumen penelitian yang menyatakan bahwa harga masker yang ditawarkan oleh apotek ataupun toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang lebih murah dibandingkan dengan harga masker di apotek ataupun toko-toko yang lainnya. Variabel keputusan pembelian memiliki tingkat validitas yang paling rendah pada pernyataan 1 dengan instrumen penelitian yang menyatakan bahwa para pelanggan masker membeli masker karena adanya sebuah kebutuhan. Dan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas dengan menggunakan batas minimum *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 dapat dikatakan telah memenuhi tingkat reliabilitas, maka kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan baik dikarenakan kuesioner tersebut memiliki hasil pengukuran yang konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang kali dengan menggunakan subjek yang sama walaupun pada waktu yang berbeda.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

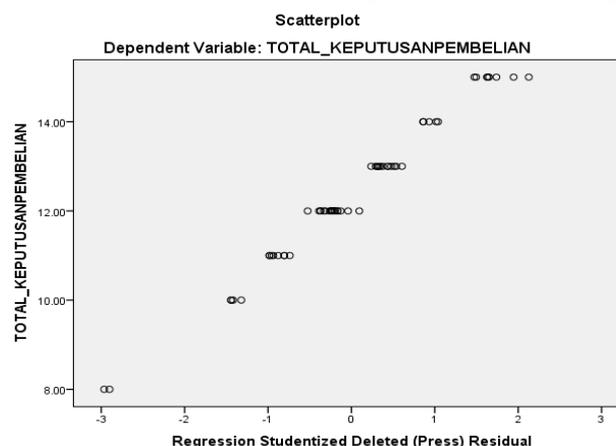
Berdasarkan gambar 1. dapat dinyatakan bahwa hasil yang diperoleh dari uji normalitas data berupa titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan sebuah pola distribusi yang normal. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut dapat memenuhi asumsi normalitas data.

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Harga	0,622	1,609	Bebas Multikolinearitas
Atribut Produk	0,622	1,609	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan penjabaran pada tabel 3. tentang hasil pengujian multikolinearitas diatas, hasil yang diperoleh dari pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel harga dan variabel atribut produk memiliki nilai VIF sebesar $1,609 < 10$ dan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,622 < 1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini bebas multikolinearitas atau tidak menunjukkan tanda-tanda terjadinya multikolinearitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan gambar 2. dapat dinyatakan bahwa hasil yang diperoleh dari uji heteroskedastisitas tidak menunjukkan suatu pola tertentu. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS akan dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	B
(Constant)	10,687
Harga	-0,027
Atribut Produk	0,117

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4. tentang hasil pengujian regresi linier berganda diatas, maka terdapat persamaan sebagai berikut:

$$KP = 10,867 - 0,027HG + 0,117AP$$

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Model	t	Sig.
(Constant)	5,329	0,000
Harga	-0,205	0,838
Atribut Produk	0,812	0,420

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 5. tentang hasil uji t (parsial) diatas, hasil uji t (parsial) pada variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di apotek Manjur Jaya, Venus, Alfamart dan Indomaret yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_2 ditolak sehingga tidak terdapat adanya suatu pengaruh pada variabel harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker. Dan hasil uji t (parsial) pada variabel atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di apotek Manjur Jaya, Venus, Alfamart dan Indomaret yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_2 ditolak sehingga tidak terdapat adanya suatu pengaruh pada variabel atribut produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	0,400	0,672

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 6. tentang hasil uji F (Simultan) diatas, hasil yang diperoleh dari uji F (Simultan) yaitu $F_{hitung} 0,400 < F_{tabel} 3,16$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan begitu H_1 diterima dan H_2 ditolak. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa harga dan atribut produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker di apotek Manjur Jaya, Venus, Alfamart dan Indomaret yang berada di Kecamatan Kota Lumajang.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	Adjusted R Square
1	0,118	-0,021

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 7. tentang hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) diatas, hasil yang diperoleh dari pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dinyatakan bahwa nilai dari koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar -

0,021 maka artinya sebesar 2,1% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan atribut produk. Sementara itu, 97,9% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lainnya dan variabel-variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini mendeskripsikan hasil dari analisis deskriptif yaitu hasil penilaian dari para responden penelitian terhadap variabel-variabel penelitian secara keseluruhan dapat dikatakan cukup baik. Tanggapan dari para responden penelitian yang mampu memberikan tanggapan dengan cukup baik terhadap berbagai pernyataan dalam kuesioner penelitian membuktikan bahwa hasil penilaian responden penelitian cukup baik. Adapun hasil dari uji hipotesis diperoleh variabel X terdiri atas variabel harga dan atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian masker di Kecamatan Kota Lumajang. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis harga terhadap keputusan pembelian masker menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Kebutuhan masker pada era pandemi semakin meningkat setiap harinya dan harga masker juga mengalami peningkatan, namun peningkatan harga masker ini tidak dapat mempengaruhi keputusan para pelanggan saat membeli masker. Mayoritas para pelanggan mengutamakan kualitas produk masker yang baik sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan oleh penjual masker. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tentang variabel harga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sudjatmika (2017) dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pembahasan tentang variabel harga terhadap keputusan pembelian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya suatu pengaruh pada variabel harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang.

b. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis atribut produk terhadap keputusan pembelian masker menunjukkan bahwa atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Kemasan masker yang aman dan praktis lebih diutamakan oleh para pelanggan masker. Apabila kemasan masker tersebut aman dan praktis, maka masker tersebut lebih mudah dibawa kemana saja. Kemasan masker yang aman dan praktis dengan isi masker yang cukup banyak menjadi pilihan utama para pelanggan masker saat membeli masker di toko-toko ataupun di apotek yang menjual masker. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tentang variabel atribut produk yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pradana & Reventiary (2016) dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pembahasan pada variabel atribut produk terhadap keputusan pembelian masker tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya suatu pengaruh pada variabel atribut produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang.

c. Pengaruh Harga Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan data kuesioner penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan atribut produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Harga dan atribut produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang dikarenakan kebutuhan para pelanggan pada masker semakin meningkat setiap harinya sehingga harga dan atribut produk tidak lagi menjadi pertimbangan para pelanggan saat membeli masker. Adapun dua penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan harga dan atribut produk terhadap keputusan pembelian ini. Penelitian terdahulu pertama yang mendukung pernyataan tentang variabel harga yaitu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudjatmika (2017) dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu kedua yang mendukung pernyataan tentang variabel atribut produk yaitu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradana & Reventiary (2016) dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pembahasan pada variabel harga dan atribut produk tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis pada variabel harga dan atribut produk baik secara simultan

ataupun secara parsial harga dan atribut produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan dengan berbagai pengujian dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24 serta pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Peningkatan harga masker pada era pandemi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker, karena masker sudah menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat. Dan atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker di toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Berbagai atribut produk seperti halnya gaya dan desain tidak lagi menjadi pertimbangan bagi para pelanggan saat membeli masker saat membeli masker di toko-toko ataupun di apotek, karena para pelanggan lebih mengutamakan kemasan masker yang aman dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik Adalah: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. Adalah.Co.Id. <https://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Ilham. (2021). Kupas Tuntas Apa Itu Uji F, Rumus Dan Tabel Ujinya. Labmutu.Com. <https://www.labmutu.com/2020/12/uji-f.html?m=1>
- Iman. (2013). Pengujian Hipotesis: Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F dan Uji R Square (Penjelasan Lengkap). Wordpress.Com. <https://iman2ndblog.wordpress.com/2013/02/05/pengujian-hipotesis-regresi-linier-berganda-uji-t-uji-f-dan-uji-r-square-penjelasan-lengkap/>
- Ivan. (2020). Perubahan Sosial di Era Pandemi. LombokPost. <https://lombokpost.jawapos.com/opini/15/07/2020/perubahan-sosial-di-era-pandemi/amp/>
- Khrisna. (2013). Uji Instrumen. Datariset.Com. <http://datariset.com/olahdata/detail/olah-data-jogja-uji-instrumen>
- Laili. (2020). Mengenal Uji F Dan Uji T Dalam Penelitian Kuantitatif. Tambahpinter.Com. <https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/>
- Nugroho, I. (2020). Daftar Harga Barang yang Naik Imbas Virus Corona, Apa Saja? Liputan6.Com. <https://m.liputan6.com/bisnis/read/4172562/daftar-harga-barang-yang-naik-imbis-virus-corona-apa-saja>
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Riady, E. (2020). Virus Corona dan Fenomena Lonjakan Harga Masker. Detiknews. <https://news.detik.com/kolom/d-4894423/virus-corona-dan-fenomena-lonjakan-harga-masker>
- Rismawan, I. (2020). Tak Bisa Ditawar, Yuk Mencegah dan Menekan Penyebaran Virus Corona Dengan 3M. Kontan.Co.Id. <https://kesehatan.kontan.co.id/news/tak-bisa-ditawar-yuk-mencegah-dan-menekan-penyebaran-virus-corona-dengan-3m>
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *Jurnal Agora*, 5(1), 1–7.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiawan, I. (2020). Ini Temuan KPPU Soal Kenaikan Harga Masker Akibat Corona. Gatra.Com. <https://www.gatra.com/detail/news/471124/ekonomi-ini-temuan-kppu-soal-kenaikan-harga-masker-akibat-corona>
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS Dan SMARTPLS Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari, O. (2020). *Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Untuk Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ganonet*. Skripsi Dipublikasikan. STIE Widya Gama, Lumajang.