

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKU NAYZ DI PT. MITRA KERJA NAYZ

Asmar Shiddiq Autarki<sup>1</sup>, Ahmad Nurhadi<sup>2</sup>

Email : [asmarshiddiq63@gmail.com](mailto:asmarshiddiq63@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen01023@unpam.ac.id](mailto:dosen01023@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Pamulang Tangerang Selatan

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang di gunakan yaitu sebanyak 94 responden. Uji kelayakan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 8,645 + 0,409X_1 + 0,388X_2$ . Hasil analisis regresi ini menunjukkan koefisien dari masing-masing variabel bertanda positif, artinya semakin tinggi kualitas produk dan harga, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian. Sedangkan nilai korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat diperoleh sebesar 0,702 artinya memiliki pengaruh kuat, Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan sebesar 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai T hitung  $> T$  tabel  $5,203 > 1,986$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk dan keputusan pembelian, T hitung  $> T$  tabel  $(5,167 > 1,986)$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian dan F hitung  $> F$  tabel  $(70,772 > 3,10)$  hal tersebut juga diperkuat dengan probability significance sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine whether Product Quality and Price have a good influence, either partially or simultaneously, on Purchasing Decisions on Nayz Raw Materials at PT. Mitra Kerja Nayz. The research method uses a quantitative method with a sample of 94 respondents. The data feasibility test uses a validity test, reliability test and classical assumption test. The data analysis technique uses a simple linear regression test, multiple linear regression test, determination test and hypothesis test. The results of the study show that product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 8.645 + 0.409X_1 + 0.388X_2$ . The results of this regression analysis show that the coefficient of each variable is positive, meaning that the higher the product quality and price, the higher the purchasing decision. While the correlation value or level of influence between the independent variable and the dependent variable is obtained at 0.702, meaning it has a strong influence, the determination value or contribution of the influence of product quality and price simultaneously is 60.9% while the remaining 39.1% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a value of T count  $> T$  table  $5.203 > 1.986$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. This means that there is a positive and significant partial influence between product quality and purchasing decisions, T count  $> T$  table  $(5.167 > 1.986)$  with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted. This means that there is a positive and significant partial influence between price on purchasing decisions and F count  $> F$  table  $(70.772 > 3.10)$  this is also reinforced by a probability significance of 0.000*

*<0.05. Thus Ho is rejected and H3 is accepted. This means that there is a positive and significant influence simultaneously between the variables of product quality and price on the purchasing decision of Nayz Raw Materials at PT. Mitra Kerja Nayz.*

**Keywords: Product Quality, Price and Purchase Decisions**

## 1. PENDAHULUAN

Makanan bayi organik kini semakin banyak tersedia di pasar internasional. Meningkatnya perhatian konsumen tentang keberlanjutan dan kesehatan memicu inovasi di pasar makanan bayi organik. Produk-produk ini sering dipasarkan dengan klaim memiliki lebih banyak nutrisi alami dan lebih sedikit zat aditif. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008). Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka kaitannya menghadapi persaingan ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada customer. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi 2 harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan smart dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut market share.

Memilih bubur terbaik untuk bayi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan dan kesehatan mereka di masa mendatang. Nutrisi penting untuk pertumbuhan dan perkembangan yang sehat harus disertakan dalam bubur bayi yang berkualitas tinggi. Memilih bubur bayi yang padat nutrisi dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi bayi saat mereka melewati masa perkembangan yang penting di kemudian hari. Banyak produsen lokal maupun asing mulai menyediakan bubur bayi organik di Indonesia seiring dengan meningkatnya permintaan akan

makanan organik. Barang-barang ini sering kali diperkenalkan pertama kali oleh perusahaan multinasional, dan bisnis lokal baru saja mulai membuat produk mereka sendiri dalam upaya untuk mengikuti tren tersebut. Untuk menjamin kualitas dan keaslian produk, sertifikasi organik sangatlah penting. Lembaga seperti Kementerian Pertanian dan Lembaga Sertifikasi Organik Indonesia (LSO) mengawasi sertifikasi organik di Indonesia. Untuk mendapatkan akreditasi ini, produk bubur bayi organik harus memenuhi sejumlah persyaratan. Permintaan juga meningkat sebagai hasil dari inisiatif edukasi dan kesadaran tentang manfaat mengonsumsi makanan organik. Manfaat makanan organik, terutama sereal bayi organik, telah dikenal lebih luas oleh konsumen PT. Mitra Kerja Nayz adalah salah satu anak perusahaan dari PT. Hassana Boga Sejahtera Tbk. yang bergerak di bidang kemitraan bubur matang dengan menggunakan bahan baku merk Nayz yang sudah tersertifikasi lengkap. Nayz Spot saat ini sudah memiliki 1800 titik yang tersebar di seluruh Indonesia, saat ini kemitraan Nayz Spot adalah salah satu kemitraan yang sangat diperhitungkan di Indonesia. Menjadi salah satu franchise yang terpercaya adalah kebanggaan kami. Turut membantu meningkatkan perekonomian Bangsa dan memberikan gizi terbaik untuk generasi bangsa guna membantu program pemerintah dalam memberantas stunting menjadi tujuan kami. 11 Brand hadir untuk mengembangkan sayap mitra Nayz di kancah industri kemitraan khususnya bubur matang. Selain itu, pemerintah Indonesia telah mulai menegakkan undang-undang yang mendorong penggunaan komponen organik dan pelabelan yang jelas, sehingga memudahkan pelanggan membedakan produk organik dari produk konvensional.

Adapun jenis produk yang di jual di PT Mitra Kerja Nayz dapat di lihat pada Tabel Berikut ini :

**Tabel 1. 1**  
**Data Pelanggan Periode Tahun 2023**

No	Bulan dan Tahun	Jumlah Pelanggan	Target Pelanggan	Realisasi Target
1	Januari 2023	128	251	51%
2	Februari 2023	130	251	52%
3	Maret 2023	133	251	53%
4	April 2023	133	251	53%
5	Mei 2023	144	251	57%
6	Juni 2023	110	251	44%
7	Juli 2023	120	251	48%
8	Agustus 2023	105	251	42%
9	September 2023	123	251	49%
10	Oktober 2023	139	251	55%
11	November 2023	127	251	50%
12	Desember 2023	128	251	51%
Jumlah		1.520	3.012	50%

Sumber : Data Penjualan & Pelanggan PT. Mitra Kerja Nayz, 2023

Berdasarkan informasi pada tabel 1.1 terlihat kuantitas pelanggan di PT. Mitra Kerja Nayz untuk pembelian bahan baku periode tahun 2023. Dimana pada tahun 2023 PT. Mitra Kerja Nayz menetapkan jumlah pelanggan yang membeli produk Bahan Baku Nayz sebanyak 3.012 pelanggan, sedangkan yang diketahui sebanyak 1.520 pelanggan dengan persentase 50% yang berarti target tidak tercapai. Dengan cara ini, penting untuk menemukan jawaban atas faktor Kualitas Produk dan Harga yang merupakan salah satu alasan mengapa klien lalai dalam memilih Keputusan pembelian.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, PT. Mitra Kerja Nayz terus berusaha menciptakan daya saing produk dengan mengandalkan bubur sehat organik, serta kualitas yang sangat bagus dan harga yang sesuai dengan ekonomi konsumen saat ini. Informasi jumlah pembeli periode 2023 di PT. Mitra Kerja Nayz adalah sebagai berikut. Informasi

jumlah pelanggan periode 2023 :

**Tabel 1.2**  
**Bahan Baku Nayz**

No	Jenis Produk	Keterangan Untuk Usia
1	Bahan Baku Bubur Bayi Organik	6 Bulan Keatas
2	Bahan Baku Puding Bayi	8 Bulan Keatas
3	Bahan Baku Cereal Bayi	8 Bulan Keatas

Sumber : PT. Mitra Kerja Nayz, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa jenis produk yang ada di Nayz cukup bervariasi. Dalam melakukan keputusan pembelian hal yang paling di pertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat harga atas produk tersebut (Hasibuan & Hendra, 2024) ini lah mengapa harga menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini dikarenakan harga memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Tinggi dan rendahnya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang di tawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa, dandari kebiasaan konsumen, strategi penetapan harga juga sangat berpengaruh, penting terhadap penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang di tawarkan

Menurut Runtuwun dan Oroh (2019:251) kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya. dengan ini perusahaan dapat memfokuskan ke beberapa produknya agar bisa bersaing untuk memperebutkan dan menarik minat pembeli pada produk yang di jual. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat memuaskan para 5 pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk ikut menentukan pesatnya perkembangan perusahaan tersebut. Berikut adalah data keluhan terkait kualitas produk pada PT Mukti Sejahtera Teknik dalam menjalankan fungsinya.

**Tabel 1.4**

**Pra Survey Kualitas Produk Bahan Baku Nayz**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Produk Bahan Baku Nayz Terjamin Kualitasnya		1	2	7	10
2	Produk Bahan Baku Nayz mencantumkan dan menjelaskan masa berlaku pada produk				8	12
3	Produk Bahan Baku Nayz memiliki kualitas sesuai dengan yang diharapkan.		2	4	5	9
4	Bahan Baku Nayz memiliki Kualitas Produk yang lebih baik di banding bahan baku lain.	3	1	6	6	4
5	Saya merasa Bahan Baku Nayz dapat memberikan manfaat yang baik untuk usia 6 – 24 Bulan			6	8	6
<b>Total</b>		<b>3</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>34</b>	<b>41</b>

Sumber : Data Pra Survey Kuisisioner, 2025

Dari tabel 1.4 bisa kita lihat bawasannya terdapat beberapa penilaian dari *customer* yang di dapat dari pelanggan PT. Mitra Kerja Nayz terkait kualitas produk seperti yang paling banyak mendapat pernyataan sangat setuju di pertanyaan Produk Bahan Baku Nayz mencantumkan dan menjelaskan masa berlaku pada produk hal berperan penting dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk bermutu didukung oleh harga yang sesuai dengan diharapkan pelanggan, harga dari suatu produk berperan dalam penilaian

suatu produk, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian, harga yang merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh pelanggan, akhirnya akan berdampak pada lesu atau menurunnya penjualan suatu produk di perusahaan tersebut.

Menurut (Rambe & Aslami, 2022) Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk semakin besar dalam perkembangan perusahaan selain itu, pelanggan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Menurut Kotler dalam (Lestari dkk., 2019) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara, di dalam perusahaan kecil harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk. Adapun perbandingan harga yang ditawarkan oleh Bubur Bayi Nayz Spot dengan Brand lain yang sejenis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 1. 5**

**Data Perbandingan Harga Bahan Baku Nayz**

No	Jenis Produk	Harga Produk Nayz	Harga Produk Growfood	Harga Brand Promina	Selisih
1	Bahan Baku Bubur	Rp. 45.897 / 250gr	Rp. 37.500 / 300gr	Rp. 17.500 / 100gr	Rp. ± 10.000-30.000
2	Bahan Baku Puding	Rp. 22.360 / 150gr	Rp. 17.500 / 150gr	Rp. 13.990 / 100gr	Rp. 10.000-15.000,-
3	Bahan Baku Cereal	Rp. 32.940 / 160gr	-	-	-

Sumber : Data Ecommerce dan PT. Mitra Kerja Nayz, 2023

Dilihat dari tabel 1.5 terlihat bahwa harga Bahan Baku Nayz tidak lebih murah dibandingkan Merek Nutrisun. Berdasarkan perbandingan biaya, produk yang tersedia di Nayz seperti bubur bayi dibanderol dengan harga Rp. 50.405,- , pada Merek Growfood yang dijual seharga Rp 37.500 dan Brand Promina Menjual Bubur di harga Rp. 17.999 memiliki perbedaan harga dengan selisih harga barang Rp. 10.000 – 30.000. Perbedaan paling kecil terlihat

pada produk puding dimana harga puding di Nayz setara dengan Rp 26.295,- dan harga puding yang tersedia di Growfood adalah Rp. 17.500 dengan selisih ±Rp.10.000 . akan tetapi harga puding dengan Brand Promina memiliki harga yang cukup lebih terjangkau di harga Rp. 14.699,- Berbeda dengan Cereal di kedua kompetitor tidak memiliki Bahan Baku Cereal maka Produk Nayz tidak ada kompetitor untuk Bahan Baku Cereal untuk bayi 8 bulan keatas Dengan biaya yang dihadirkan oleh Nayz. mempengaruhi Keputusan pembelian.

**2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan". Eksplorasi ini merupakan tinjauan observasional yang diharapkan dapat menguji dampak kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Bahan Baku Nayz.

**3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul atau dengan data lain keadaan suatu objek yang diteliti dengan berdasarkan pada variabel yang ditetapkan sebagai model dalam penelitian. Dimana terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan nasabah. Keseluruhan variabel diukur dengan menggunakan beberapa indikator yang dijadikan instrumen penelitian dan jumlah sampel berjumlah (n) 94 responden .Dari hasil jawaban responden variabel-variabel terkait kemudian dilakukan analisis interpretasi rata-rata skor. Menurut Sugiyono (2016:102) maka kriteria yang digunakan untuk analisis rata-rata jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4. 1

**Kriteria Interpretasi Skor**

Kriteria atau Interpretasi Kategori	Skala Interval
Sangat Tidak Baik	1,00 – 1,79
Tidak Baik	1,80 – 2,59
Cukup Baik	2,60 – 3,39
Baik	3,40 – 4,19
Sangat Baik	4,19 – 5,00

Sumber : Sugiyono (2016:102)

**Uji Instrumen Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas, peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan dikatakan valid.
- b. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan, yaitu:

- a. Pengujian validitas untuk variabel Keputusan Pembelian ( $X_1$ )

**2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pekerjaan dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliable, tetapi pengujian realibilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil realibilitas instrument :

- a. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

Tabel 4. 2

**Uji Reliabilitas Variabel Kualiat Produk ( $X_1$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	10

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26

Dari tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk dikatakan *reliable*, karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada 0,60 yaitu  $0,796 > 0,60$  dikatakan *reliable* dengan ketentuan  $N = 10$  taraf signifikan 5%.

- b. Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_2$ )

Tabel 4. 3

**Uji Reliabilitas Variabel Harga ( X<sub>2</sub> )**

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26

Dari tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa variabel pelatihan dikatakan reliable, karena r<sub>hitung</sub> lebih besar dari pada 0,60, yaitu 0,746 > 0,60 dikatakan reliable dengan ketentuan N = 9 taraf signifikan 5%.  
 c. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian ( Y )

**Tabel 4. 4**

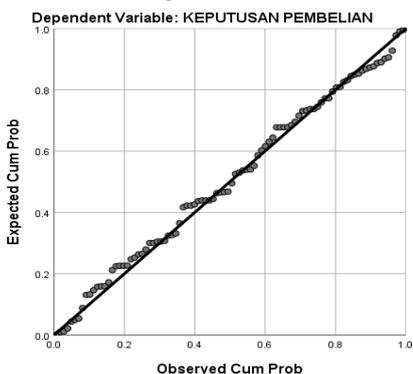
**Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian ( Y )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.640	11

Sumber : Data Pengolahan SPSS 26

Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa variabel produktivitas kerja dikatakan reliable, karena r<sub>hitung</sub> lebih besar dari pada 0,60, yaitu 0,640 > 0,60 dikatakan reliable dengan ketentuan N = 8 taraf

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



signifikan 5%.

**4.2.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji Autokorelasi. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

**1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah populasi data berdistribusi normal. Uji normalitas setiap variabel dilakukan dengan memeriksa titik sebaran data. Variabel data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik-titik tersebut tersebar disekitar diagonal dan mengikuti arah diagonalnya. Sebaliknya, jika data menyimpang jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonalnya, maka data tersebut dianggap tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. 5**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.746	9

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.27627795
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.049
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Olah Data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai signifikan (2-tailed) sebesar 0,200. Karena dikatakan signifikan apabila lebih dari 0,050 (0,200 > 0,050) artinya data tersebut berdistribusi normal.

Sumber : Olah Data SPSS 26

**Gambar 4. 1**

**P-Plot Uji Normalitas**

Pada normalitas plot P-P plot prinsipnya normalitas dapat didekati dengan penyebaran melihat penyebaran-penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), dan keputusan Pembelian (Y) yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

**2. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independenvariabel). Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai

Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF). Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance value > 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance value < 0,10 maka terjadi gejala multikolinieritas.

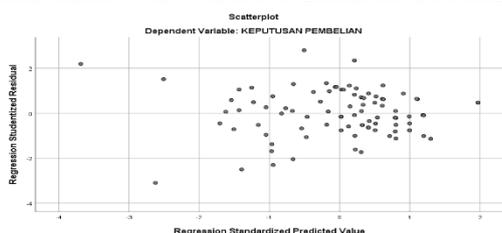
**Tabel 4. 6**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1.(Constant)	8.645	2.702		3.199	.002		
KUALITAS PRODUK	.409	.079	.435	5.203	.000	.615	1.625
HARGA	.388	.075	.432	5.167	.000	.615	1.625

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 4.16 diperoleh nilai tolerance variabel Kualitas Produk sebesar 0,615 dan Harga sebesar 0,615 dimana kedua nilai tersebut lebih dari 0,10 dan nilai VIF variabel Kualitas Produk sebesar



1,625 serta Harga sebesar 1,625 dimana berarti nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas, penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji Glejser dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 7**

**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1.(Constant)	8.648	1.534		5.636	.000		
KUALITAS PRODUK	-.133	.045	-.366	-2.985	.085	.615	1.625
HARGA	-.017	.043	-.050	-.410	.683	.615	1.625

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,085 dan Harga (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,683 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak terganggu heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai penelitian.

Kemudian pengujian bisa dilakukan dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- b. Jika data membentuk pola tertentu maka telah terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Sumber : Olah Data SPSS 26

**Gambar 4. 2**

**Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Pada gambar 4.3 scatter plot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

#### 4.2.4 Analisis Kuantitatif

Tujuan analisis kuantitatif adalah untuk menilai relevansi efek dan memastikan ukurannya. Dua efek faktor independen terhadap variabel dependen diteliti dalam penelitian ini.

#### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian(Y) baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini hasil pengolahan regresi dengan SPSS Versi 26 yang

dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana**  
**Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Terhadap**  
**Keputusan Pembelian ( Y )**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1. (Constant)	13.619	2.856		4.769	.000		
KUALITAS PRODUK	.661	.070	.703	9.475	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 13,619 + 0,661 X_1$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 13,619 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) tidak ada maka telah terdapat nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 13,619 *point*.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,661 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X<sub>2</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,661 *point*

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana**  
**Variabel Harga (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan**  
**Pembelian (Y)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1. (Constant)	15.749	2.641		5.962	.000		
HARGA	.629	.067	.702	9.444	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 15,749 + 0,629 X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 15,749 diartikan bahwa jika variabel Harga (X<sub>2</sub>) tidak ada maka telah terdapat nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 15,749 *point*.
- Nilai koefisien regresi Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,629 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada

perubahan pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X<sub>2</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,629 *point*.

**2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Sugiyono (2017:277), analisis regresi linier berganda dapat meramalkan kondisi (naik turunnya) variabel dependen jika dua atau lebih variabel independen diubah sebagai faktor prediktor (nilai naik turun). Tabel 4.22 menampilkan hasil uji regresi linier berganda :

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel**  
**Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) terhadap**  
**Keputusan Pembelian (Y)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1. (Constant)	8.645	2.702		3.199	.002		
KUALITAS PRODUK	.409	.079	.435	5.203	.000	.615	1.625
HARGA	.388	.075	.432	5.167	.000	.615	1.625

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 8,645 + 0,409X_1 + 0,388X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8,645 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) tidak dipertimbangkan maka Keputusan Pembelian (Y) hanya akan bernilai sebesar 8,645 *point*.
- Nilai Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) 0,409 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X<sub>2</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,409 *point*.
- Nilai Harga (X<sub>2</sub>) 0,388 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X<sub>2</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,388 *point*.

**3. Analisis Koefisien Korelasi ( r )**

Korelasi menjelaskan tentang tingkat keeratan hubungan suatu variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu sistem korelasi

ganda, setelah mengontrol atau mengendalikan variabel independen lainnya. Berikut ini adalah tabel interpretasi koefisien korelasi.

**Tabel 4. 11**  
**Interprestasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang ( cukup kuat )
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono ( 2017 : 185 )

Dari hasil perhitungan SPSS versi 26 diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel 4.24 berikut :

**Tabel 4. 12**  
**Korelasi Nilai r**

**Variabel Kualitas Produk ( X<sub>1</sub> ) dan Harga ( X<sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian ( Y )**

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 26, 2024

a. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,703 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

b. Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan pada hasil pengujian tabel diatas, diperoleh nilai koefesien korelasi pelatihan terhadap produktivitas kerja karyawan sebesar 0,702 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 yang artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

**4. Analisis Koefisien Determinasi**

Analisis uji koefisien determinasi bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model yang mampu menjelaskan variasi variabel dependen,  $R^2 =$  maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.24 :

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.600	3.31209	2.017

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26, 2024

Berdasarkan data tabel di atas, diperoleh nilai R-Square (Koefisien determinasi) sebesar 0,609 hal ini dapat disimpulkan bahwa dan dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 60,9% sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

**4.25 Uji Hipotesis**

**1. Uji t ( Uji Parsial )**

Untuk Pengaruh antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) masing-masing terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat dilakukan dengan uji statistic uji t (uji parsial). Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan kriteria tarif signifikan sebesar 5% (0,05) dan

Correlations				
		KUALITAS PRODUK	HARGA	KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.620**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	94	94	94
HARGA	Pearson Correlation	.620**	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	94	94	94
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.703**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	94	94	94

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

membandingkan t<sub>hitung</sub> dengan t<sub>tabel</sub> dengan kriteria sebagai berikut :

Bila hasil yang diperoleh positif :

- a. Jika t<sub>hitung</sub> ≥ t<sub>tabel</sub> berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- b. Jika t<sub>hitung</sub> ≤ t<sub>tabel</sub> berarti H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

Adapun ketentuan t<sub>tabel</sub> diperoleh dengan cara membandingkan jumlah sampel dengan taraf signifikan. Dan dengan rumus : t<sub>tabel</sub> = (tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurang 1) atau jika ditulis dalam bentuk rumus data yang diperoleh peneliti, maka :

$$t_{tabel} = \frac{0,05}{2} : 94 - 2 - 1$$

$$t_{tabel} = 0,025 : 91$$

Kemudian bila pada distribusi nilai t<sub>tabel</sub> df = 91 pada kolom 0,025 maka ditemukan nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,986. Dari hasil penelitian, bahwa koefisien

regresi, nilai t dan signifikan secara parsial adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 14**  
**Uji Parsial ( Uji t )**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.645	2.702		3.199	.002
KUALITAS PRODUK	.409	.079	.435	5.203	.000
HARGA	.388	.075	.432	5.167	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024

**a. Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Kualitas Produk**

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

$H_{01}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz

Dari tabel diatas, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,203 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk  $n = 91$  sebesar 1,986. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{01}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz”.

**b. Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Harga**

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

$H_{02}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

$H_{a2}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

Dari tabel diatas, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.167 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk  $n = 91$  sebesar 1,986. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz”.

**2. Uji Simultan ( Uji F )**

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independennya (Kualitas Produk dan Harga) terhadap variabel dependennya (Keputusan Pembelian). Perhitungan statistik F dari dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu.

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F-hitung dengan F-tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Hasil pengujian simultan variabel independen (Kualitas Produk dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) seperti dijelaskan pada tabel 4.27

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Simultan ( Uji F )**  
**Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1552.717	2	776.358	70.772	.000 <sup>b</sup>
	Residual	998.262	91	10.970		
	Total	2550.979	93			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024

Dari tabel diatas, dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 70,772 dengan nilai signifikan F sebesar 0,000. Pengujian akan menolak  $H_0$  jika  $p\text{-value} < \alpha$ . Jika dibandingkan dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  maka  $p\text{-value}$  (0,000) bernilai lebih kecil dari  $\alpha$  sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Serta hasil pengujian pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya diperoleh nilai  $F_{hitung} = 70,772 > \text{nilai } F_{tabel} = 3,10$ , sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz.

#### 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil - hasil dalam penelitian ini sebagai berikut :

##### 4.3.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t variabel penelitian Kualitas Produk sebagai variabel independen terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen menunjukkan hasil uji  $t_{hitung} = 5,203$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,986$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

##### 4.3.2 Pengaruh Variabel Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t variabel penelitian promosi sebagai variabel independen terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen menunjukkan hasil uji  $t_{hitung} = 5,167$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,986$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

##### 4.3.3 Pengaruh Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari hasil uji F diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 70,772 dengan tingkat sigifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Kemudian degree of freedom (df) sebesar  $(k-1)$  atau derajat pembilangnya dan  $(n-k)$  untuk derajat penyebutnya, dimana  $n$  = jumlah jumlah responden dan  $k$  = jumlah variabel yang diteliti, maka diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,10. Sehingga nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $70,772 > 3,10$ ) maka dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz dimana  $H_0$  dan  $H_a$  diterima

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta

pembahasan mengenai pengaruh pelatihan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, sebagai berikut:

- Hasil analisis data di peroleh Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini di buktikan dengan hasil perhitungan regrersi di peroleh  $Y = 13,619 + 0,661 X_1$ . Koefisien Korelasi sebesar 0,703 yang artinya kedua variabel mempunyai tingkat pengaruh yang kuat. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $5,203 > 1,986$ ). Dengan demikian  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz
- Sesuai hasil olah data di dapatkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini di buktikan dengan hasil perhitungan regrersi di peroleh  $Y = 15,749 + 0,629 X_2$ . Koefisien Korelasi sebesar 0,702 yang artinya kedua variabel mempunyai tingkat pengaruh yang kuat. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $5,167 > 1,986$ ). Dengan demikian  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz
- Hasil penelitian di peroleh bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Mitra Kerja Nayz. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi diperoleh  $Y = 8,645 + 0,409X_1 + 0,388X_2$ . dengan determinasi / R square sebesar 0,609 atau 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1 dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $70,772 > 3,10$ ). dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Nayz di PT. Mitra Kerja Nayz

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aaker, J. L. (1997). *Dimensions of brand personality. Journal of marketing research*, 34(3), 347-356.
- [2] Andari, B. (2016). Citation: Andari, Bina. 2016. *The Importance of Raw Materials Inventory Supervision for Production Process. JARES*, 1(1), 53-60.
- [3] Arianto dan Giovanni (2020) "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dalam Bidang Pemasaran", *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 3 No.2 ISSN: 2598-2893.
- [4] Armstrong, G., Kotler, P., & Harker, M. (2004). *I Marketing An Introduction*.
- [5] Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- [6] Assauri, Sofyan. 2001. *Pangsa Pasar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia.
- [7] Darmadi, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III. Andi Yogyakarta, Yogyakarta*.
- [9] Firmansyah, A & Mahardhika, B.W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: Deepublish.
- [10] George R. Terry dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen, (Principles of Management)*, Terj. G.A. Ticoalu, Bumi Aksara, Jakarta, 2021
- [11] Ghozali, I. 2012. *Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Edisi Dela. Semarang. Semarang: BP Undip
- [12] Istijanto. (2017). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Gramedia Jakarta. *Riset Sumber Daya Manusia*.
- [13] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*.
- [14] Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. prinsip prinsip pemasaran*, 1-440.
- [15] Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2021). *Principles of marketing. Pearson Education*.
- [16] Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Sivaramkrishnan, Subramanian., & Cunningham, P. H. . (2013). *Marketing management. Pearson Canada*.
- [17] Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2016). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- [18] Pujiastri, D (2020). *Administrasi Umum*. Sleman : Mitra Mekar Berkarya.
- [19] Sujarweni, V.W. 2014. *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*.
- [20] Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta*, 1-11.
- [21] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- [22] Sugiyono, 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- [23] Swastha, B. (1995). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- [24] Tjiptono, F., & Diana, A. (2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning*.
- [25] Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. In *Strategi Pemasaran* (p. 101). CV. ANDI OFFSET.
- [26] Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Deepublish.
- [27] Yamit (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Penerbit : Ekonisia. Yogyakarta.
- [28] Adhi, D., Idris, P., & Si, M. (2011.). *Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)*".
- [29] Agus Wijaya. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 02 Nomor 01 (Juni, 2018) 1-16.