

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU PELAJARAN SEKOLAH PADA TOKO BUKU BUMIMEDIA DI DEPOK

Tanika Candida Karim<sup>1</sup>, Senen<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>tanikacandidak07@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01888@unpam.ac.id

### Abstract

*This research aims to find out how much influence price has on the decision to purchase school textbooks at the Bumimedia Bookstore in Depok, to find out how much influence product quality has on the decision to purchase school textbooks at the Bumimedia Bookstore in Depok, to find out how much influence price and quality have. Products on the Decision to Purchase School Textbooks at the Bumimedia Bookstore in Depok. This research uses a quantitative approach with a research sample of 83 respondents and a probability sampling technique, as well as a data collection technique through distributing questionnaires. The data analysis methods used are data instrument tests, classical assumption tests, simple and multiple linear regression tests, coefficient of determination and hypothesis testing. The research results show that price (X1) and product quality (X2) have a significant effect on purchasing decisions (Y) with the regression equation  $Y = 12.338 + 0.382 X1 + 0.324X2$ . The correlation value is 0.604, meaning that the independent variable and the dependent variable have a strong level of relationship. The coefficient of determination value is 34.9% while the remaining 65.1% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a calculated F value  $> F$  table or  $(22,965 > 3.11)$ . This  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted. This means that there is a significant simultaneous influence of price and product quality on the decision to purchase school textbooks at the Bumimedia Bookstore in Depok.*

*Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Buku Pelajaran Sekolah pada Toko Buku Bumimedia di Depok, untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Buku Pelajaran Sekolah pada Toko Buku Bumimedia di Depok, untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Buku Pelajaran Sekolah pada Toko Buku Bumimedia di Depok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel penelitian sejumlah 83 responden dan Teknik pengambilan sampel probability sampling, serta Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode Analisa data yang digunakan adalah uji instrument data, uji asumsiklasik, uji regresi linier sederhana dan berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 12,338 + 0.382 X1 + 0.324X2$ . Nilai korelasi sebesar 0.604 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 34,9% sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F

hitung > F tabel atau (22.965 > 3.11). Dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Buku Pelajaran Sekolah pada Toko Buku Bumimedia di Depok.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## 1. PENDAHULUAN

Dengan lebih dari 250 juta penduduk, industri buku Indonesia terus berkembang seiring pertumbuhan ekonomi dan munculnya kelas menengah. Buku telah berkembang menjadi media penting untuk informasi, pendidikan, dan hiburan yang menunjukkan kemajuan intelektual suatu bangsa.

Buku menjadi solusi bagi mereka yang ingin memperluas atau meneliti pengetahuan mereka. Ini disebabkan fakta bahwa buku salah satu sumber informasi yang sangat aktif terlibat dalam ilmu pengetahuan masyarakat. Banyak buku yang dapat mengajarkan orang banyak hal, seperti komik, novel, biografi, buku motivasi, buku agama, dan buku lainnya yang disesuaikan dengan usia atau disesuaikan dengan pengetahuan yang dibutuhkan dan diinginkan orang. Toko Buku Bumimedia di Depok menjadi tempat terbaik untuk membeli buku yang berfokus

pada pelajaran anak sekolah dari dasar hingga menengah ke atas. Toko ini menyediakan berbagai macam buku dari berbagai penerbit yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan kurikulum.

Toko buku Bumimedia menjadi salah satu toko buku yang sering dikunjungi Masyarakat Depok. Toko Buku Bumimedia ini salah satu cabang toko buku dari CV Aksara Semesta yang berada di Jl. Pramuka No. 31 RT 01/12, Mampang, Pancoran Mas – Depok sejak awal pendirian pada tahun 2018 berupaya memajukan pendidikan di daerah melalui peningkatan minat baca masyarakat dengan menyediakan buku-buku pelajaran sekolah murah bermutu. Bila dibandingkan dengan toko buku lainnya. Toko Buku Bumimedia memiliki keunikan tersendiri dimana interiornya dan konsep tokonya berbeda dengan toko lainnya. Toko ini memiliki jenis toko yang bisa membeli eceran dan grosir dengan harga yang bermutu.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sebagai kumpulan dari sejumlah tahapan keputusan. Keputusan pembelian menjadi

suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Menurut (Didik, 2022) Keputusan Pembelian adalah suatu kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan akhir untuk membeli suatu produk barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari individu, kelompok dan organisasi.

Sedangkan menurut (Indrasari, 2019) keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan kedua pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen sebelum pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok dan organisasi.

Tabel 1. 1

Data Konsumen Toko Buku Bumimedia di Depok  
Periode Tahun 2020 – Tahun 2022

Tahun	Target	Jumlah Konsumen	Persentase (%)	Keterangan
2020	400	408	102%	Tercapai
2021	450	448	99%	Tidak tercapai
2022	450	498	111%	Tercapai

Sumber: Olah data peneliti 2023

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 jumlah konsumen tercapai. Namun target yang dibuat lebih kecil dari tahun lainnya dikarenakan pada tahun tersebut terjadi karena adanya wabah covid-19 yang membuat Toko Bumimedia mengalami sepi pengunjung dan pelanggan. Apalagi pada saat adanya covid-19 juga masyarakat dilarang untuk melakukan kegiatan di luar rumah. Kemudian, pada tahun 2021, jumlah konsumen di Toko Bumimedia telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun

2020, akan tetapi target ditingkatkan namun hanya hampir tercapai atau tidak tercapainya target yang sudah ditetapkan oleh Toko Buku Bumimedia. Pada tahun 2022 Toko Bumimedia telah mencapai target konsumen sesuai dengan harapan toko bahkan melebihi dari jumlah yang ditargetkan.

Dengan itu kualitas produk yang baik serta harga yang sesuai membuat konsumen tetap membeli produk tersebut. Menurut Assauri (2018: 45), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Maka hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil.

Kualitas produk menjadi hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pra-survey dengan menggunakan indikator kualitas produk. Pra-survey ini dilakukan kepada 30 konsumen pada Toko Buku Bumimedia di Depok.

Tabel 1. 2

Hasil Pra Survei Mengenai Kualitas Produk Toko Buku Bumimedia di Depok

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Jumlah Orang
		Orang	%	Orang	%	
<i>Performance (Kinerja)</i>						
1	Apakah Buku Pelajaran Sekolah di Toko Bumimedia sesuai dengan kebutuhan pelajar sekolah pada saat ini dengan berbagai kurikulum?	24	80%	6	20%	30
2	Apakah Buku Pelajaran Sekolah di Toko Bumimedia sesuai dengan kebutuhan pelajar sekolah pada saat ini dengan berbagai penerbit?	19	63%	11	367%	30
<i>Reliabilitas (Keandalan)</i>						
3	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini dapat digunakan jangka Panjang?	15	50%	15	50%	30
4	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini berasal dari kertas yang berkualitas sehingga tidak mudah rusak?	15	50%	15	50%	30
<i>Feature (Fitur)</i>						
5	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini cukup lengkap sesuai yang pelajar butuhkan?	13	43%	17	57%	30
6	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini di sertai gambar-gambar yang mudah di pahami hingga siswa tidak jenuh?	18	60%	12	40%	30

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Jumlah Orang
		Orang	%	Orang	%	
<i>Durability (Daya Tahan)</i>						
7	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia memiliki cover buku yang tebal?	16	53%	14	47%	30
8	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini memiliki ketebalan kertas yang tidak mudah rusak?	14	47%	16	53%	30
<i>Konsisten</i>						
9	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini selalu update dengan kurikulum yang dibutuhkan siswa sesuai tingkatan?	22	73%	8	27%	30
10	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini konsisten menjual buku yang baru atau tidak bekas?	18	60%	12	40%	30
<i>Desain</i>						
11	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini terdapat desain buku yang menarik dan tidak membosankan?	18	60%	12	40%	30
12	Apakah Buku Pelajaran sekolah di Toko Bumimedia ini terdapat logo yang sudah terverifikasi kemendikbud?	12	40%	18	60%	30

Sumber: Pra-Survey 2023

Dari hasil pra-survey diatas dapat dilihat bahwa masih terdapat pernyataan dengan jawaban dari konsumen Toko Buku Bumimedia yang menjawab tidak lebih dari 50%. Hal ini memperkuat peneliti untuk melakukan penelitian.

Harga telah menjadi hal penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga dalam arti sempit diartikan sebagai pembebanan sejumlah uang untuk suatu produk dan jasa. Kualitas produk juga dapat dilihat dari harganya, sehingga produk dengan kualitas terbaik pasti akan dipatok dengan harga yang tinggi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh harga produk tersebut. Jika harga produk yang ditawarkan tidak masuk akal, maka akan menyebabkan konsumen merasa di eksploitasi dan karenanya konsumen akan memandang harga secara tidak wajar. Penetapan harga yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai maka akan tercipta kepuasan.

Tabel 1. 3

Data Perbandingan Harga Produk Buku Pelajaran Sekolah Periode Tahun 2020 – Tahun 2022

No	Tahun	Bumimedia	Gramedia	Dozetbooks
1	2020	Rp. 10.000 – Rp. 90.000	Rp. 60.000 – Rp. 200.000	Rp. 15.000 – Rp. 180.000
2	2021	Rp 12.000 – Rp 100.000	Rp. 70.000 – Rp. 250.000	Rp. 16.000 – Rp. 150.000
3	2022	Rp 12.000 – Rp 100.000	Rp. 70.000 – Rp. 250.000	Rp. 16.000 – Rp. 150.000

Sumber: Data di Olah Peneliti 2023

Dari data perbandingan harga produk buku di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 terdapat harga lebih murah dengan tahun 2021 dan tahun 2022 dikarenakan adanya wabah Covid-19

sehingga terdapat promo-promo harga buku yang lebih murah.

Kemudian dapat dilihat juga perbandingan toko buku Bumimedia dan Gramedia sangatlah jauh berbeda dikarenakan toko buku Gramedia sudah cukup terkenal namanya dan hanya beberapa buku Pelajaran sekolah yang tersedia sehingga harga yang memungkinkan lebih mahal dibandingkan toko buku Bumimedia yang memang menjual buku Pelajaran sekolah yang cukup banyak tersedia dari berbagai penerbit yang berkualitas juga dan banyak di gunakan diberbagai sekolah di Indonesia.

Namun perbandingan toko buku Bumimedia dengan toko buku Dozetbooks tidak jauh berbeda dikarenakan hampir sama dengan toko buku Bumimedia yang dimana masih dalam proses memperbanyak pelanggan dan memperkenalkan nama toko buku mereka agar dapat dikenal banyak orang seperti Gramedia.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli sesuatu, mereka selalu mempertimbangkan kualitas produk. Variabel produk adalah pertimbangan kedua setelah variabel harga yang mereka tentukan untuk menentukan kebutuhannya. Jika konsumen merasa cocok dengan produk dan produk tersebut memenuhi kebutuhannya, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Untuk meningkatkan volume penjualan tentunya harus memiliki berbagai strategi agar bisa meningkatkan volume penjualan dan bersaing dengan toko buku lainnya. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk dan memberikan diskon harga pada waktu-waktu tertentu agar dapat menarik perhatian konsumen. Namun dengan adanya sedikit permasalahan tidak menutup kemungkinan merasakan dampak dari permasalahan terhadap toko buku Bumimedia di Depok ini.

Permasalahan yang di alami toko buku Bumimedia adalah bahwa persaingan antar toko buku yang ada di Depok sangat ketat. sehingga konsumen di berikan banyak pilihan untuk memilih toko buku mana yang mampu memenuhi kebutuhannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, toko buku Bumimedia terus berusaha menciptakan daya saing produk dengan mengandalkan produk lebih tersedia banyak dan lengkap, merek yang ternama dan banyak di cari

orang, serta kualitas yang sangat bagus dan harga yang sesuai dengan ekonomi konsumen saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta mengetahui faktor mana yang lebih cenderung mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sebuah produk.

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Nurmin Arianto dan Giovanni (2020) Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 3 No.2 ISSN: 2598-2893 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian X1: Kualitas Produk X2: Harga Y:Keputusan Pembelian Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis t hitung  $>$  t tabel ( $10,457 > 1,661$ ) dan sig  $<$  0,1 ( $0,000 < 0,1$ ). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,815 > 1,661$ ) dan nilai sig  $<$  0,1 ( $0,006 < 0,1$ ). Kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $72,760 > 4,84$  dan nilai sig  $<$  0,01 atau  $0,000 < 0,01$ .

Fauziah Septiani, Robianto (2021) Jurnal Disrupsi Bisnis Vol.4 No.1 e-ISSN 2746-6841:DOI.10.32493 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Fastrata Buana Bogor X1: Harga X2: Kualitas Produk Y: Keputusan Pembelian Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis t hitung  $>$  t tabel ( $10,457 > 1,661$ ) dan sig  $<$  0,1 ( $0,000 < 0,1$ ). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,815 > 1,661$ ) dan nilai sig  $<$  0,1 ( $0,006 < 0,1$ ). Kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $72,760 > 4,84$  dan nilai sig  $<$  0,01 atau  $0,000 < 0,01$ .

Asep Suherman, Komarudin, Suharni Rahayu Vol. 2 No. 2 (2022) Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang P-ISSN 2775-9695 E-ISSN 2775-9687 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk



Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Supermall Karawaci Tangerang X1: Harga X2: Kualitas Produk Y: Keputusan Pembelian Hasil penelitian harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil Thitung 11,840 dan signifikansi 0,000, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil Thitung 10,326 dan signifikansi 0,000, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan hasil Fhitung 76,96 dan signifikansi 0,000.

Nurmin Arianto Vol.2 No.3 (2022) Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia E-ISSN: 2776-1568 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PIPA PVC pada PT LJM X1: Kualitas Produk X2: Harga Y: Keputusan Pembelian Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PVC. Hal ini ditunjukkan oleh nilai nilai thitung > ttabel (8,630 > 1,985) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Hasil penelitian lainnya diketahui bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pipa PVC. Hal ini diketahui dari nilai nilai thitung > ttabel (6,124 > 1,985) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pipa PVC . Hal ini ditunjukkan dari koefisien Fhitung > Ftabel (242,768 > 3,090) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan harga.

Nurmin Arianto dan Adzmi Fahmi Albani Vol 1 No. 3 (2018) Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma E- ISSN 2599-171X P- ISSN 2598-9545 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange X1: Kualitas Produk X2: Harga Y: Keputusan Pembelian Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 4,397, besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah 2,891, dan besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 75,239,

sehingga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Afrida Pratiwi, Dedi Junaedi, Agung Prasetyo (2020) Vol 1 No 2 P-ISSN 2620-295 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen X1: Harga Y: Keputusan Pembelian Konsumen Hasil analisis menunjukkan variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membeli (t hitung 16,591 lebih besar dari t tabel 1,985 taraf signifikansi 5%). Ho ditolak, Ha Diterima bermakna terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di swalayan 212 Mart. Variabel harga berkorelasi positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) 655,8%. Nilai konstanta positif

Iis Noviyanti, Denok Sunarsi, Hadion Wijoyo (2021) Vol 4 no 1 Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh X1: Harga X2: Lokasi Y : Keputusan Pembelian Hasil penelitian ini harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 41,4%, uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (8,149 > 1,986). Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 37,4%, uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (7,496 > 1,986). Harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 49,2%, uji hipotesis diperoleh F hitung > F tabel atau (45,080 > 2,700).

Heru Diyan Kurniawan (2018) Vol 1 No 4 ISSN 2656-4149 Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian X1 = Harga X2 = Kualitas Pelayanan X3 = Lokasi Y = Keputusan Pembelian Hasil penelitian menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen JNE Jl.Glagahsari No.62 Yogyakarta, (2) Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada konsumen JNE. Jl.Glagahsari No.62 Yogyakarta, (3) Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada konsumen JNE. Jl.Glagahsari No.62 Yogyakarta

Saran Sakti Riana Fatmaningrum, Susanto Susanto, Muinah Fadhilah (2020) Vol 1 No 4 ISSN; 2541-5255 Pengaruh Kualitas Produk Dan

Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea X1= Kulit Produk X2 = Citra Merek Y= Keputusan Pembelian Hasil dari penelitian ini adalah : (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,625 dan tingkat signifikansinya 0,000. (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,270 dan tingkat signifikansinya 0,000. (3) Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), dan besarnya adjusted R2

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

##### 1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  maka instrumen dikatakan valid. Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

##### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila

dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach alpha

$$rca = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St^2} \right)$$

#### b. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

##### 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

##### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

##### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

#### c. Analisis Regresi Linier

##### 1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

##### 2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor

predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{yx_1 \cdot x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2 \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2x_1x_2} \sqrt{1 - r^2yx_2}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk

memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (a) sebesar 5 persen atau 0.05.

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4. 8

Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X1)

No	Pernyataan	r -hitung	r-tabel	Keputusan
1	Harga Produk di Toko Buku Bumimedia terjangkau oleh semua kalangan	0,670	0,182	Valid
2	Harga produk di Toko buku Bumimedia yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya	0,719	0,182	Valid
3	Harga produk di Toko buku Bumimedia yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,724	0,182	Valid
4	Harga produk di Toko buku Bumimedia mampu bersaing dengan toko buku lainnya	0,618	0,182	Valid
5	Harga produk di Toko buku Bumimedia sangat bervariasi	0,696	0,182	Valid
6	Harga di Toko buku Bumimedia lebih murah dari pesaing	0,621	0,182	Valid
7	Saya mendapatkan harga yang murah di Toko buku Bumimedia sesuai dengan manfaat produk	0,497	0,182	Valid
8	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemanfaatan yang dirasakan	0,715	0,182	Valid
9	Saya merasa produk di toko buku Bumimedia ini memberikan keuntungan sepadan dengan biaya yang saya keluarkan	0,695	0,182	Valid
10	Saya menganggap bahwa ada alternatif yang lebih baik dengan harga yang lebih sesuai untuk manfaat yang sama	0,664	0,182	Valid
Average		0,662	0,182	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan data tabel diatas, variabel Harga (X1) diperoleh nilai r hitung > r tabel dengan nilai rata-rata sebesar 0.662 > 0.182, maka uji validitas ini dikatakan valid dengan demikian kuesioner dapat diolah menjadi data penelitian.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	r -hitung	r-tabel	Keputusan
1	Apakah Buku di Toko buku Bumimedia mencakup berbagai macam topik yang relevan untuk mata Pelajaran yang bersangkutan	0,531	0,182	Valid
2	Apakah buku di Toko buku Bumimedia membantu mempersiapkan ujian dan evaluasi dengan baik	0,648	0,182	Valid
3	Apakah buku di Toko buku Bumimedia dapat diandalkan sebagai sumber referensi yang konsisten dan akurat	0,602	0,182	Valid
4	Apakah buku di toko buku Bumimedia dilengkapi dengan cukup banyak contoh dan latihan untuk mempraktikkan konsep yang diajarkan	0,649	0,182	Valid
5	Apakah buku di toko buku Bumimedia memanfaatkan teknologi, seperti QR codes, untuk memberikan tambahan konten atau interaksi	0,700	0,182	Valid
6	Apakah buku di toko buku Bumimedia memiliki masalah teknologi, seperti QR codes, untuk memberikan tambahan konten atau interaksi	0,612	0,182	Valid
7	Apakah buku di toko buku Bumimedia memiliki masalah produk seperti tinta yang pudar atau luntur pada beberapa halaman	0,592	0,182	Valid
8	Apakah buku di toko buku Bumimedia mencakup standar pembelajaran yang berlaku	0,741	0,182	Valid
9	Apakah buku di toko buku Bumimedia memudahkan navigasi dan pemahaman belajar	0,562	0,182	Valid
10	Apakah buku di toko buku Bumimedia memiliki sampul buku yang menarik dan sesuai dengan isi atau tujuan buku	0,581	0,182	Valid
Average		0,622	0,182	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan data tabel di atas, variabel kualitas produk (X2) diperoleh nilai r hitung > r tabel dengan nilai rata-rata sebesar 0.622 > 0.182, maka uji validitas ini dikatakan valid dengan demikian kuesioner yang digunakan dapat diolah menjadi data penelitian.

Tabel 4. 10

Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	r -hitung	r-tabel	Keputusan
1	Saya membutuhkan produk di Toko Bumimedia	0,640	0,182	Valid
2	Desain produk mudah dipahami	0,711	0,182	Valid
3	Saya percaya membeli produk di Toko buku Bumimedia	0,749	0,182	Valid
4	Toko buku Bumimedia populer dikalangan toko buku lainnya	0,727	0,182	Valid
5	Semua produk di toko buku Bumimedia lengkap tersedia	0,730	0,182	Valid
6	Di toko buku Bumimedia tersedia beberapa penerbit	0,627	0,182	Valid
7	Jam operasional di toko buku Bumimedia konsisten	0,647	0,182	Valid
8	Saya membeli produk di toko buku Bumimedia saat promo saja	0,573	0,182	Valid
9	Saya membeli produk lebih dari satu	0,542	0,182	Valid
10	Di toko buku Bumimedia menyediakan pembayaran digital	0,598	0,182	Valid
Average		0,654	0,182	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel dengan nilai rata-rata sebesar 0.654 > 0.198, maka uji validitas ini dikatakan valid dengan demikian kuesioner dapat diolah menjadi data penelitian.

## b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbatch Alpha	Keputusan
Harga (X1)	0,762	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,754	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,760	0,600	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan hasil data diatas, menunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbatch Alpha lebih besar dari 0,600

## c. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Tabel 4. 12

Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.57358660
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.040
Test Statistic		.060
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: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi  $\alpha = 0.200$  dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,050$  atau ( $0,200 > 0,050$ ). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

### 2) Uji Heteroskedastisitas



**Tabel 4. 16**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	7,717	2,393	3,224	0,002
	HARGA	0,058	-0,072	-0,110	0,425
	KUALITAS PRODUK	0,059	0,076	-0,107	0,441

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, Glejser test model pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,425 dan Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,441 dimana keduanya nilai probability signifikansi (Sig) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

3) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Pengujian Multikolinearitas Dengan Collinearity Statistic**  
**Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen**

Model		Coefficients <sup>a</sup>																		
		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Parti	Collinearity Statistics									
1	(Constant)	12,338	3,831	0,002	4,714	19,961														
	HARGA	0,382	0,115	0,372	3,321	0,001	0,153	0,611	0,555	0,348	0,296	0,632	1,582							
	KUALITAS PRODUK	0,324	0,121	0,301	2,682	0,009	0,084	0,565	0,526	0,287	0,238	0,632	1,582							

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel diatas diperoleh nilai tolerance variabel bebas Harga dan Kualitas Produk sebesar 0,632, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel bebas sebesar 1,582 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikolinearitas

d. Uji Regresi Linier

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	17,040	3,534		4,822	0,000
	HARGA	0,570	0,095	0,555	5,999	0,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 17.040 + 0.570 X1$

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1	(Constant)	17,698	3,683	4,805	0,000	
	KUALITAS PRODUK	0,568	0,102	0,526	5,572	0,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 17.698 + 0.568X2$

**Tabel 4. 19**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1	(Constant)	12,338	3,831	3,221	0,002	
	HARGA	0,382	0,115	0,372	3,321	0,001
	KUALITAS PRODUK	0,324	0,121	0,301	2,682	0,009

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi berganda pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 12.338 + 0.382X1 + 0.324X2$

e. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 23**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 <sup>a</sup>	.308	.299	4,804

a. Predictors: (Constant), HARGA

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0.308 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 30,8% sedangkan sisanya sebesar 69.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4. 24**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 <sup>a</sup>	0,277	0,268	4,909
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK				

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0.277 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 27,7% sedangkan sisanya sebesar 72,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4. 25**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 <sup>a</sup>	0,365	0,349	4,630
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA				

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0.349 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 34,9% sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi oleh faktor lain

f. Uji Hipotesis

**Tabel 4. 26**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Standardized Coefficients		t	Sig.
		Beta			
1	(Constant)	17,040	3,534	4,822	0,000
	HARGA	0,570	0,095	5,999	0,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5,999 > 1.989) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $\rho$  value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Buku Bumimedia.

**Tabel 4. 27**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Standardized Coefficients		t	Sig.
		Beta			
1	(Constant)	17,698	3,683	4,805	0,000
	KUALITAS PRODUK	0,568	0,102	5,572	0,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5,572 > 1.989) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $\rho$  value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Buku Bumimedia

**Tabel 4. 28**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	984,749	2	492,375	22,965	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1715,251	80	21,441		
Total		2700,000	82			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA						

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (22.965 > 3.11), hal ini juga diperkuat dengan  $\rho$  value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Buku Bumimedia

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 17.040 + 0.570X1$ , nilai korelasi sebesar 0.555 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi sebesar 30,8% dan uji hipotesis

- diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $5,999 > 1.989$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 17.698 + 0.568X_2$  nilai korelasi sebesar 0.526 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi sebesar 27,7% dan uji hipotesis diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $5,572 > 1.989$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.
- c. Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 12,338 + 0.382 X_1 + 0.324X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0.604 artinya variabel bebas dengan Karawang. Journal Of Student Research, 1(5), 113-123.
- [6] Effendi, Usman, 2016, Psikologi Konsumen, Rajawali Pers, Jakarta.
- [7] Gitosudarmo, Indriyo, 2000., Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan
- [8] Keenam. Bpfe, Yogyakarta.
- [9] Hadiana, R. N., & Pasundan, U. (2021). Peran Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Akuntansi, October, 1-27.
- [10] Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan
- [11] Pembelian. E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 21(1), 31-38.
- [12] Harahap, N., Suherman, E., & Romli, A. D. (2022). Proses Rekrutmen Pada Pt. Pupuk Kujang Cikampek. Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan), 6(3).
- [13] Hermann Et Al, 2011, Manajemen Perbankan, Pt Bumi Aksara, Jakarta.
- [14] Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. Jurnal Ilmiah Simantek, 6(4), 106-115.
- [15] Irna, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Abc Susu Di Hypermart Ekalokasari Bogor/Irna/S1-0218.107/Pembimbing I: Sumardjono/Pembimbing Ii: Indar Khaerunnisa.
- [16] Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm), 4(12).
- [2] Arikunto, 2010, Prosedur Penelitian., Rineka Cipta, Jakarta.
- [3] As'ari, K. (2023). Analisis Kontribusi Atribut Beras Organik Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dan Indeks Kepuasan Konsumen Di Jakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- [4] Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan