

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO TELORINDO DI TANGERANG SELATAN

Nadia Damayanti<sup>1</sup>, Haryantini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>nadiadmyti123@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01640@unpam.ac.id

### Abstract

*This research purposed to investigate the influence of price and product quality, both partially and simultaneously, on purchasing decisions at the Telorindo Store, South Tangerang. The method used is quantitative. The sampling technique used the Slovin formula, with a sample size of 95 respondents. Data were collected using questionnaires, and data analysis techniques using validity, reliability, classical assumption tests, simple regression analysis, multiple regression multiple regression, hypothesis testing, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this research show that partially price has a significant effect on purchasing decisions. This can be proven that  $t_{count} > t_{table}$  ( $5,110 > 1,987$ ). From the results of simple linear regression analysis, the regression equation  $Y = 25,863 + 0,516X_1$  The regression coefficient value obtained was 0.468, where the value was in the interval 0.400 – 0.599, meaning that the two variables had a moderate level of relationship And product quality has a significant influence on purchasing decisions. This can be proven by  $t_{count} > t_{table}$  ( $6,778 > 1,987$ ). And the regression equation value  $Y = 18,924 + 0,567X_2$  This means that the two variables have a moderate level of relationship. Meanwhile, simultaneously price and product quality have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 17,221 + 0,182X_1 + 0,462X_2$ , showing a (positive) influence. And the results of the hypothesis test obtained a value of  $f_{count} > f_{table}$  ( $24,382 > 3,10$ ), while the results of the coefficient of determination were 0.346 or 34.6%. It can be concluded that the Price and Product Quality variables have a significant effect on the decision variable. Meanwhile, the remaining 65.4% was influenced by other factors that were not carried out by researchers.*

Key : Price, Product Quality, Purchasing Decisions

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Telorindo Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan teknik analisis data dengan uji validitas, realibitas, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, regresi berganda, uji hipotesis uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. hal tersebut dapat dibuktikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,110 > 1,987$ ) Dari hasil analisis regresi linier sederhana di peroleh persamaan regresi  $Y = 25,863 + 0,516X_1$ , diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,468 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian hal tersebut dapat dibuktikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.778 > 1.987$ ) Dan diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 18.924 + 0,567X_2$ , diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,575 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Sedangkan secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 17.221 + 0,182X_1 + 0,462X_2$ , menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $24,382 > 3,10$ ), sedangkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,346 atau 34,6% dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan. Sedangkan sisanya sebesar 65,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan peneliti.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin meningkat, membuat persaingan diantara para pelaku usaha juga semakin ketat. Khususnya pada usaha bisnis dibidang peternakan unggas seperti telur ayam. Peternakan unggas merupakan bagian dari perkembangan sektor primer baik bagi pedesaan maupun perkotaan. Salah satu indikator untuk menunjukkan tingkat kesejahteraan masyarakat dalam pedesaan maupun perkotaan adalah dengan memenuhi tingkat nilai gizi yang tinggi terutama yang dihitung berdasarkan besar kalori dan protein yang dikonsumsi seperti daging, susu, telur dan ikan. Adapun salah satu sumber protein hewani yang bisa dinikmati oleh berbagai kalangan salah satunya adalah telur ayam. Telur ayam adalah produk ternak unggas yang memiliki protein yang berfungsi sebagai zat pembangun, pembentuk jaringan baru, serta mampu memperbaiki sel-sel tubuh yang rusak.

Telur ayam memiliki nilai gizi yang tinggi serta harganya yang relatif murah bila dibandingkan dengan harga daging atau sumber protein lainnya, sehingga telur dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat kalangan atas maupun bawah. Standar yang digunakan untuk menentukan tingkat kecukupan konsumsi sumber protein masyarakat Indonesia per kapita per hari berdasarkan Data Susenas 2022 yang diolah Kementerian Kesehatan (Kemenkes) menyebut, rata - rata konsumsi protein per kapita per hari masyarakat Indonesia 62,21 gram. Ini sudah berada di atas standar kecukupan konsumsi protein nasional yaitu 57 gram. Hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu diminati dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat karna dapat mencukupi sumber protein.

Telorindo merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang peternakan unggas yang menjual produk berupa telur ayam. Telorindo ini berlokasi di Jl. H. Taip, RT.04/RW.09, Kedaung, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten. Berdiri sejak tahun 2007 Pada bulan Agustus. Dan pada tahun perkembangannya sampai saat ini Telorindo harus menghadapi hambatan untuk bersaing di pasar yang lebih besar. Kendala yang dihadapi bisnis dapat muncul baik secara internal maupun eksternal. Survei awal yang dilakukan secara wawancara dengan Bapak Woto Aryanto, selaku pemilik usaha dari Toko Telorindo pada hari Rabu 11 Oktober 2023. Berikut data yang telah diperoleh oleh penulis berdasarkan Toko Telorindo

Perminatan akan telur ayam sangat erat kaitannya dengan harga dan kualitas produk. Karena harga menjadi alat untuk membantu penjualan, dilain pihak harga juga digunakan sebagai citra jangka panjang suatu produk yang mampu menarik konsumen agar membeli produk sehingga mampu memberikan tingkat pendapatan yang sesuai untuk perusahaan. Kualitas produk pun merupakan pertimbangan konsumen sebelum membeli produk karena akan berdampak langsung pada rasa, keamanan, dan nilai gizi yang mereka konsumsi.

Perubahan pada telur ayam yang tidak stabil/berubah-ubah menjadi salah satu permasalahan dalam suatu usaha. Perubahan harga yang kerap terjadi menimbulkan berbagai dampak. Pada saat harga telur melonjak tinggi, keputusan pembelian masyarakat terutama di kalangan menengah kebawah mengalami tekanan yang signifikan, sehingga konsumsi telur ayam menurun. Dan ketika harga telur turun drastis para peternak kecil mengalami kerugian finansial yang tidak sedikit, mengingat biaya produksi yang tetap

tinggi. Permasalahan ini tidak hanya berdampak pada konsumen dan peternak, tetapi juga pada rantai/usaha distribusi telur secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis yang mempengaruhi perubahan harga telur ayam serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha peternakan. Berdasarkan data dari Toko Telorindo, Dibawah ini merupakan terjadinya perubahan harga jual telur ayam selama tiga tahun terakhir pada Toko Telorindo

Tabel 1.1  
 Data Harga Jual Telur Ayam Toko Telorindo 2020-2023 (15Kg/Per-Peti)

No	Bulan	2020	2021	2022	2023
1	Januari	Rp. 382.500	Rp. 391.500	Rp. 440.000	Rp. 442.500
2	Februari	Rp. 322.500	Rp. 367.500	Rp. 337.000	Rp. 441.000
3	Maret	Rp. 330.000	Rp. 397.500	Rp. 322.500	Rp. 441.000
4	April	Rp. 360.000	Rp. 398.500	Rp. 375.000	Rp. 453.500
5	Mei	Rp. 397.500	Rp. 337.500	Rp. 420.000	Rp. 462.000
6	Juni	Rp. 382.500	Rp. 360.000	Rp. 427.500	Rp. 427.500
7	Juli	Rp. 360.000	Rp. 396.000	Rp. 420.000	Rp. 421.500
8	Agustus	Rp. 345.000	Rp. 378.000	Rp. 457.500	Rp. 420.000
9	September	Rp. 330.000	Rp. 367.500	Rp. 427.500	Rp. 462.000
10	Oktober	Rp. 315.000	Rp. 337.500	Rp. 420.000	Rp. 427.500
11	November	Rp. 322.500	Rp. 352.500	Rp. 390.000	Rp. 401.000
12	Desember	Rp. 360.000	Rp. 382.500	Rp. 392.000	Rp. 457.500
	<b>Rata-rata</b>	<b>Rp. 350.625</b>	<b>Rp. 372.100</b>	<b>Rp. 402.375</b>	<b>Rp. 438.500</b>

Sumber : Toko Telorindo, 2024

Dibawah ini terdapat harga jual telur ayam pada kompetitor lain, yaitu pada toko telur Nirwana Telor yang berlokasi di Ps, Jengkol Tangerang Selatan

Tabel 1.2  
 Data Harga Jual Telur Ayam Toko Rafi Jaya 2020-2023 (15Kg/Per-peti)

No	Bulan	2020	2021	2022	2023
1	Januari	Rp. 383.000	Rp. 390.500	Rp. 440.000	Rp. 442.000
2	Februari	Rp. 322.800	Rp. 367.800	Rp. 340.000	Rp. 443.000
3	Maret	Rp. 330.500	Rp. 398.000	Rp. 322.800	Rp. 441.500
4	April	Rp. 360.000	Rp. 398.000	Rp. 378.000	Rp. 453.500
5	Mei	Rp. 398.000	Rp. 338.500	Rp. 423.000	Rp. 465.000
6	Juni	Rp. 383.000	Rp. 360.200	Rp. 427.700	Rp. 428.500
7	Juli	Rp. 360.000	Rp. 397.000	Rp. 425.500	Rp. 421.500
8	Agustus	Rp. 347.200	Rp. 378.800	Rp. 455.500	Rp. 420.000
9	September	Rp. 330.800	Rp. 370.500	Rp. 427.500	Rp. 462.000
10	Oktober	Rp. 315.200	Rp. 338.000	Rp. 422.500	Rp. 427.500
11	November	Rp. 322.000	Rp. 355.000	Rp. 395.000	Rp. 401.000
12	Desember	Rp. 360.000	Rp. 385.000	Rp. 398.000	Rp. 450.500
	<b>Rata-rata</b>	<b>Rp. 350.625</b>	<b>Rp. 372.100</b>	<b>Rp. 402.375</b>	<b>Rp. 438.500</b>

Sumber : Toko Nirwana, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa data harga telur ayam per peti di Toko Telorindo Kedaung Kota Tangerang Selatan Tahun 2020-2023 mengalami perubahan harga. Yaitu terjadinya kenaikan dan penurunan harga. Kenaikan harga yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2023 dengan harga rata-rata Rp. 438.500 Sedangkan harga rendah terjadi pada tahun 2020 dengan rata-rata Rp. 350.625. Hal ini berarti bahwa telur di Kota Tangerang Selatan setiap tahun dan bulannya mengalami ketidakstabilan harga yang disebut perubahan harga. Ketidakstabilan harga ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan musim, biaya pakan yang fluktuatif, kebijakan pemerintah terkait impor dan ekspor bahan pangan, serta dinamika pasar global. Berikut

data penjualan yang diperoleh toko telorindo pada tahun 2023

Tabel 1.3  
 Data Penjualan Toko Telorindo Tahun 2023

No	Bulan	Terjual	Pendapatan
1	Januari	520 (Peti)	Rp. 575.100.000
2	Februari	789 (Peti)	Rp. 550.058.000
3	Maret	791 (Peti)	Rp. 515.097.500
4	April	545 (Peti)	Rp. 486.010.000
5	Mei	577 (Peti)	Rp. 480.106.000
6	Juni	501 (Peti)	Rp. 466.177.500
7	Juli	528 (Peti)	Rp. 410.552.000
8	Agustus	485 (Peti)	Rp. 203.700.000
9	September	373 (Peti)	Rp. 172.326.000
10	Oktober	470 (Peti)	Rp. 200.690.000
11	November	429 (Peti)	Rp. 252.229.000
12	Desember	411 (Peti)	Rp. 188.032.500
	<b>Total</b>		<b>Rp. 4.500.078.000</b>

Sumber : Data Penjualan Toko Telorindo 2023

Pada tabel tersebut menjelaskan bahwa dalam satu tahun atau 12 bulan pendapatan Toko Telorindo mencapai Rp. 4.500.078.000. Penurunan yang signifikan terjadi pada bulan Agustus - Desember yaitu dengan pendapatan dibawah Rp. 300.000.000. Penurunan penjualan ini terjadi karena penurunan keputusan pembelian. Dan apabila terjadinya penurunan dalam jangka panjang maka akan mempengaruhi pendapatan pada Toko Telorindo. Sedangkan untuk melihat perkembangan penjualan pada Toko Telorindo selama 4 tahun terakhir disajikan dalam tabel dibawah berikut

Tabel 1.2  
 Data Penjualan Toko Telorindo Tahun 2020-2023

Tahun	Penjualan				
	Pengunjung	Pendapatan	Target	%	Ket
2020	198	Rp. 5.640.000.000	Rp. 5.550.000.000	102%	Tercapai
2021	245	Rp. 5.630.500.000	Rp. 5.550.000.000	101%	Tercapai
2022	270	Rp. 4.472.000.000	Rp. 5.550.000.000	81%	Tidak tercapai
2023	237	Rp. 4.500.078.000	Rp. 5.550.000.000	82%	Tidak tercapai
<b>Total</b>	<b>950</b>				

Sumber : Data Toko Telorindo 2020-2023

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pendapatan yang mencapai target tahunan sebesar Rp. 5.550.000.000 terjadi pada tahun 2020 dan 2021 dengan pendapatan pertahun diatas Rp. 5.550.000.000. Pada tahun berikutnya terjadi penurunan pendapatan. Penurunan pendapatan ini sangat mempengaruhi penjualan telur ayam yang mempengaruhi keputusan pembelian. Terjadinya penurunan pada penjualan telur ayam di toko telorindo disebabkan karena kenaikan harga telur ayam. Yang dimana kenaikan harga telur ayam ini disebabkan karena naiknya biaya pakan ternak, fluktuasi iklim yang mempengaruhi produksi, dan



dorongan permintaan yang tinggi sehingga menyebabkan harga telur dipasaran mengalami peningkatan. Dampak kenaikan harga telur tidak hanya dirasakan oleh konsumen, tetapi juga oleh para peternak dan para usaha. Kenaikan harga telur ayam pada tahun 2023 menduduki angka tertinggi dalam catatan sejarah perungasan nasional. dari data tsb maka diketahui data penjualan telur ayam di Toko Telorindo. Penjualan dapat juga dipengaruhi oleh beberapa faktor telur ayam itu sendiri seperti pada tabel berikut.

Tabel 1.3  
 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Telur Ayam

No	Faktor	
1	Musim dan Cuaca	Musim dan kondisi cuaca dapat memengaruhi produksi telur. Peningkatan produksi selama musim tertentu dapat menghasilkan penurunan harga sementara kondisi cuaca yang buruk atau musim yang tidak mendukung produksi dapat menyebabkan peningkatan harga.
2	Perubahan waktu	Seperti pergantian tahun menjelang puasa memperingati hari-hari bulan tertentu dapat mempengaruhi perubahan harga pada telur ayam.
3	Biaya Produksi	Biaya produksi seperti pakan perawatan ayam dan biaya operasional lainnya dapat mempengaruhi harga telur. Jika biaya produksi meningkat produsen mungkin cenderung menaikkan harga untuk menjaga keberlanjutan bisnis.
4	Permintaan dan Penawaran	Hukum dasar ekonomi permintaan dan penawaran berlaku untuk telur juga. Jika permintaan melampaui pasokan harga cenderung naik sedangkan jika pasokan melampaui permintaan harga cenderung turun.
5	Harga Pangan untuk Ayam	Ketersediaan dan harga bahan pakan yang digunakan untuk ayam juga dapat memengaruhi biaya produksi telur. Jika harga pakan meningkat hal ini dapat mempengaruhi harga telur.

Faktor – faktor diatas dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan penjualan pada telur ayam. Keputusan pembelian pada telur ayam tidak hanya dilihat berdasarkan harga, tetapi juga berdasarkan kualitas.

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Sari Ismayana, Nur Hayati (2018) Jurnal Sains Manajemen dan Akutansi Vol. X No.2 (2018) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik PIXY (Studi pada konsumen produk lipstik pixy toserba borma Cipadung) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi menunjukkan nilai 0,500. Hasil ini menunjukkan bahwa 50% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 50% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Nurmin Arianto, Giovanni (2020) Jurnal Pemasaran Komperatif Vol. 3 No,2 UNPAM (2020) Pengaruh kualitas produk dan harga

terhadap keputusan pembelian Hasil koefisien determinasi mencapai 62,1% dari nilai KD, menunjukkan bahwa kualitas dan dampak harga pada keputusan konsumen untuk membeli di butik adalah 62,1%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dieksplorasi. Dari hasil uji t, diperoleh nilai  $t_{hit} > t_{tabel}$  ( $10,457 > 1.666$ ) dan  $sig_{ttab}$  ( $2,815 > 1,661$ ) dan  $sig_{Ftab}$ , yaitu  $72,760 > 4,84$ , Dan nilainya bisa dikatakan

Novera Kasanti, Andrsn Wijaya, Suandry, Jurnal penelitian ekonomi dan manajemen Vol. 04, Issue 01, January 2019. e-ISSN:2477- 0574 ; p-ISSN: 2477-3824 Fakultas Ekonomi. Universitas prima indonesia Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk safety merek proguard pada Pt Aim safety Indonesia Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara simulatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk safety merek proguard pada Pt Aim safety indonesia. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai Adjusted R square sebesar 0,254. Hal ini berarti 25,4% bahwa keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas harga dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 74,6%

Abid Muhtarom, Muhammad Tommy Syahrizal. Jurnal penelitian ekonomi dan akutansi. Vol III, No.1, Februari 2018. ISSN 2502-3764. Fakultas ekonomi, universitas islam lamongan. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian rokok surya ( studi kasus pada konsumen rokok surya di unisla) Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $KPG = 6,178310 + 0,380369KP + 0,147771HRG$  berdasarkan uji t menunjukkan nilai  $t_{tabel} = 1,989$ , nilai thitung untuk variabel kualitas produk (KP) sebesar  $7,712486$  dan untuk variabel harga (HRG) sebesar  $2,708 > t_{tabel} = 1,989$ . Sedangkan pada uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar  $50,55638 > F_{tabel} = 3,11$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan ber pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian

Nurul Sheila safitri, Nani (2021) Jurnal Perkusi. Vol.1 No.1 Januari (2021) UNPAM Pegaaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada distributor teh botol

sosro wilayah tangerang selatan Metode analisis dalam pengolahan data uji adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji regresi linear berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis parsial (Uji T) dan simultan (Uji F). Berdasarkan Hasil penelitian kualitas produk dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Nurmin Arianto, Lia Asmalah, Feri Rahmat (2022) *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.5 No.2 Februari (2022) UNPAM Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner Metode analisis data terdiri dari uji kualitas data dan regresi linier berganda serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Pengguna Mas Cleaner Pada PT MAS Tangsel

M. Noorman Mulyadi *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Indonesia. Vol. 10 No. 3, 2022 pp. 511-518 IBI Kesatuan ISSN 2337 – 7860 E-ISSN 2721 –169X DOI: 10.37641/jimkes.v10i3.1539 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas KujangBogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba Hasil yang diperoleh adalah harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian lapisan talas Kujang Bogor untuk tujuan bisnis waralaba. Besarnya pengaruh yang disebabkan oleh harga adalah sebesar 0,514 atau 51,4% yang berarti bahwa variabel harga mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 51,4%. Sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dll.

Intan Banjarnahor<sup>1</sup>, Handojo Djoko Waloejo<sup>2</sup> & Widiartanto<sup>3</sup>. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1,2,3 Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro. Vol. 12, No. 2, 2023 eISSN 2746-1297 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian laptop acer di kota semarang Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian, dimana ketika

dilakukan secara bersama-sama kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kualitas produk menyumbang sebesar 48% terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga menyumbang sebesar 37,2 % terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan kualitas produk dan harga menyumbang sebesar 52,7% terhadap keputusan pembelian

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33 Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan dari (1) kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 80,3%, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,9%, dan (3) desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 8,9% pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.

Rahmat, I.(2018). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat Penelitian, menunjukan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini di buktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ( $2,523 > 2,014$ ). Dan kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ( $5,120 > 2,014$ ). Sedangkan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Sedangkan hasil dari uji simultan variabel harga, kualitas produk, lokasi dan promosi memiliki pengaruh signifikan sebesar fhitung  $51,639 > ftabel 2,58$  terhadap keputusan pembelian.

### 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 Chronbach alpha

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

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

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

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 4.9  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X1)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Toko telurindo memiliki harga telur ayam yang lebih terjangkau di bandingkan dengan toko telur lainnya	0,477	0,201	Valid
2	Harga telur pada toko telurindo mengikuti harga yang berlaku di pasaran tergantung kondisi pada saat saat tertentu tu	0,522	0,201	Valid
3	Toko telurindo memiliki harga telur ayam yg sesuai dengan kualitas produk	0,302	0,201	Valid
4	Toko telurindo memberikan kualitas yang baik dengan harga yg terjangkau	0,493	0,201	Valid
5	Harga telur ayam pada toko telurindomampu bersaing dengan penjual lain	0,532	0,201	Valid
6	Harga telur ayam di toko telurindo lebih murah dibandingkan dengan harga telur di toko lain	0,353	0,201	Valid
7	Telur ayam memiliki protein dan nutrisi yang baik untuk dikonsumsi setiap hari	0,599	0,201	Valid
8	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat telur yang diperoleh manfaat telur yang diperoleh	0,498	0,201	Valid

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel harga (X1) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,201), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4.10  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Pembelian telur ayam di toko telurindo diantar langsung ke alamat yang dituju tergantung permintaan konsumen	0,424	0,201	Valid
2	Bentuk dan ukuran telur ayam pada toko telurindo sesuai yang diharapkan konsumen	0,558	0,201	Valid
3	Telurindo memiliki telur ayam yang telah di seleksi sesuai kebutuhan konsumen. (berupa ukuran kecil/besarnya telur ayam.)	0,203	0,201	Valid
4	Telur ayam yang dijual ditoko telurindo merupakan asli produksi ayam lokal dalam negeri	0,483	0,201	Valid
5	Timbangan yang digunakan pada toko telurindo menggunakan timbangan digital besar yang lebih akurat	0,419	0,201	Valid
6	Telur ayam memiliki gizi yang tinggi	0,415	0,201	Valid
7	Telur ayam yang di jual pada toko telurindo memiliki ketahanan selama 1minggu atau Lebih	0,499	0,201	Valid
8	Telur ayam dapat bertahan lebih lama apabila disimpan dalam kulkas	0,452	0,201	Valid
9	Telur ayam yg ditawarkan toko telurindo sudah sesuai standar dipasaran	0,332	0,201	Valid
10	Toko Telurindo menggunakan pengemasan menggunakan peti dan trai agar telur yg diantar tidak mudah pecah	0,555	0,201	Valid

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel kualitas produk (X2) dipperolah nilai r hitung > r tabel (0,201), dengan demikian maka semua kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yg digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian



Tabel 4.11  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Saya memilih telur ayam di toko telurindo berdasarkan kualitas produk	0,303	0,201	Valid
2	Saya memilih telur ayam di toko telurindo berdasarkan harga yg terjangkau	0,336	0,201	Valid
3	Saya membeli telur ayam di toko telurindo sebagai pelanggan tetap	0,538	0,201	Valid
4	Saya percaya dan membeli telur pada toko telurindo karena memiliki kualitas yang bagus	0,455	0,201	Valid
5	Saya membeli telur ayam di toko telurindo karena saya dapat rekomendasi dari para penjual telur ayam di pasar/penjual telur ayam eceran	0,362	0,201	Valid
6	Saya membeli telur ayam di toko telurindo karena bisa pembelian secara cash, maupun transfer	0,423	0,201	Valid
7	Saya membeli telur ayam pada toko telurindo berdasarkan permintaan konsumen pada saat saat tertentu	0,375	0,201	Valid
8	Saya memutuskan membeli telur ayam berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kondisi dan situasi	0,491	0,201	Valid
9	Saya melakukan pembelian ditoko telurindo lebih dari 2 peti dalam 1 minggu	0,458	0,201	Valid
10	Saya melakukan pembelian pada toko telurindo pada saat permintaan telur meningkat	0,467	0,201	Valid

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada data tabel diatas, variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,201), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12  
 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Harga (X1)	0,687	0,600	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,682	0,600	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,670	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel harga (X1), Kualitas produk (X2), dan Keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal ini dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,600

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4.13  
 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42432153
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.070
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel diatas terdapat output dari uji normalitas dengan uji kolmogorov- smirnov diperoleh nilai Sig sebesar 0,197 dengan demikian dikatakan signifiknasi apabila distribusi persamaan pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov adalah normal. Selain melalui analisis statistik, deteksi normalitas dengan menganalisis grafik, cara menganalisis grafik dilakukan dengan melihat titik-titik penyebaran data pada sumbu diagonal, model regresi yang baik yaitu distribusi data yg dinilai normal atau mendekati normal

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14  
 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	Tolerance	VIF			
1	(Constant)	17.221	3.834					
	Harga	.182	.122	.165	1.492	.580	1.723	
	Kualitas Produk	.462	.109	.468	4.231	.000	.580	1.723

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber : Data, diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel diatas diperoleh nilai tolerance variabel harga (X1) sebesar 0,580 dan kualitas produk 0,580 nilai tsb lebih dari 1, dan nilai VIF variabel harga (X1) sebesar 1,723 dan variabel kualitas produk (X2) sebesar 1,723 nilai tsb kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi



Tabel 4.16  
 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson (DW Test)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.589 <sup>a</sup>	.346	.332	2.45053	2.088

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,088 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460 “Tidak ada autokorelasi”, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi positif atau negatif.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17  
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>									
Model		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.495	2.997		1.311	.193			
	Harga	-.168	.083	-.272	-3.033	.045	.590	1.723	
	Kualitas Produk	-.095	.074	-.173	-1.288	.201	.580	1.723	

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas *glejser test model* pada variabel harga (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,045 dan kualitas produk (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,201 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig) > 0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

d. Koefisen Regresi Linier

Tabel 4.18  
 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.863	3.527		7.333	.000
	Harga	.516	.101	.468	5.110	.000

a. Depeindeint Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber :Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 25.863 + 0,516X1$

Tabel 4.19  
 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.924	3.684		5.137	.000
	Kualitas Produk	.567	.084	.575	6.778	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 18.924 + 0,567X2$

Tabel 4.20  
 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.221	3.834		4.492	.000
	Harga	.182	.122	.165	1.492	.139
	Kualitas Produk	.462	.109	.468	4.231	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 17.221 + 0,182X1 + 0,462X2$

e. Analisis koefisien korelasi (r)

Tabel 4.22  
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations			
Harga	Pearson Correlation	1	.468**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.468**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,468 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang.

**Tabel 4.23**  
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.575**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,575 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang

**Tabel 4.24**  
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.589 <sup>a</sup>	.346	.332	2.45053	.346	24,382	2	92	0,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,589 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) mempunyai tingkat hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian (Y)

f. Koefisien Determinasi

**Tabel 4.25**  
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468	.219	.211	2.66393

Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,219 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 21,9 % sedangkan sisanya sebesar (100-21,9) = 78,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

**Tabel 4.26**  
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 <sup>a</sup>	.331	.323	2.46661

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,331 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 33,1% sedangkan sisanya sebesar (100-33,1) = 66,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan peneliti.

**Tabel 4.27**  
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 <sup>a</sup>	.346	.332	2.45053

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Beirdaisairkain paidai hasil peingujiain paidai Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,346 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 34,6% sedangkan sisanya sebesar (100-34,6) = 65,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan peneliti.

g. Analisis Uji Hipotesis

**Tabel 4.28**  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	25.863	3.527	7.333	.000	
	Harga	.516	.101	.468	5.110	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ( 5.110 > 1.987) hal tsb juga diperkuat dengan nilai p value < Sig. 0,05 atau ( 0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1

diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.29  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	18.924	3.684		5.137	.000
	Kualitas Produk	.567	.084	.575	6.778	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6.778 > 1.987) hal tsb juga diperkuat dengan nilai *p value* > Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.30  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292.836	2	146.418	24.382	.000 <sup>b</sup>
	Residual	552.469	92	6.005		
	Total	845.305	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (24,382 > 3,10 ). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan paradigma penelitian di atas penulis dapat menarik suatu Hipotesis mengenai pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

## 5. KESIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Harga (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 25.863 + 0,516 X1$ , Jadi koefisien regresi sebesar 0,516 menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil pengujian

hipotesis diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ( 5.110 > 1,987). Hal tsb juga dibuktikan dengan nilai Sig < 0,05 atau (0,000 < 0,05) maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dan nilai hasil koefisien korelasi sebesar 0,468. Dan hasil nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 21,9% sedangkan sisanya (100%-21,9%) = 78,1% dipengaruhi oleh faktor lain

- b. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 18.924 + 0,567 X2$  jadi, koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,567 menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel (6.778 > 1.987). Hal tsb juga dibuktikan dengan nilai sig < 0,05 atau (0,000 < 0,05) maka H0 ditolak dan H2 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Dan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,575, dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya variabel kualitas produk (X2) mempunyai tingkat hubungan yang sedang terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan nilai hasil determinasi atau kontribusi pengaruh nya sebesar sebesar 0,331 atau sebesar 33,1% sedangkan sisanya sebesar (100-33,1) = 66,9% dipengaruhi oleh faktor lain

- c. Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 17.221 + 0,182X1 + 0,462X2$  jadi, nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,182 dan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,462 menunjukkan pengaruh yang positif. Dan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel yaitu sebesar (24,382 > 3,10) hal tersebut juga dibuktikan dengan nilai sig < 0,05 atau (0,000 < 0,05) maka H0 ditolak dan H3 diterima. Terdapat pengaruh secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dan hasil dari koefisien sebesar 0,589 dimana nilai tsb berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) mempunyai tingkat hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian (Y). Dan hasil nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,346 atau 34,6% sedangkan sisanya sebesar  $(100 - 34,6) = 65,4\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- [2] Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194–203. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.18521>
- [3] Banjarnahor, I., Waloejo, H. D., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 437–446. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37755>
- [4] Muhtarom, A., & Syahrizal, M. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya (Studi Kasus pada Konsumen Rokok Surya di UNISLA). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 615–621. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i1.128>
- [5] Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk keperluan usaha waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- [6] Murtini, A., & Oktalina, G. (2019). Analisa bauran pemasaran (7P) untuk menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada homeindustry CV Melati Kota Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 6(2), 258–268. <http://www.e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/139>
- [7] Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor The Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 56–61. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9980>
- [8] Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.23887/bjm.v5i1.21982>
- [9] Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The effect of promotion and price on purchase decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–279. <https://doi.org/10.36555/almana.v4i2.1410>