

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BASO ACI DI MADRASAH JAKARTA SELATAN

Evi Muavivah¹, Suharni Rahayu²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: aulia.evi04@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: dosen00964@unpam.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the quality of products at Baso Aci di Madrasah, knowing how the purchase decision at Baso Aci di Madrasah, and know the price of the purchase decision at Baso Aci di Madrasah. The research method used is descriptive quantitative. The sample technique used is the Accidental Sampling sample technique which amounts to 100 respondents. The analysis method used is linear regression consisting of validity tests, reliability tests, correlation coefficient tests, determination coefficient tests, simple regression tests, and hypothesis tests. The results of the description analysis show the product quality of Baso Aci di Madrasah is well perceived, this can be seen in the average score of respondents' answers of 3.61. Price Baso Aci di Madrasah is well perceived, this can be seen in the average score of respondents' answers of 3.75. The results of the regression analysis showed that product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction with the results of the t count $>$ t table of $(7,447 > 1,985)$ and the equation $Y = 8.795 + 0.076X_1 + 0.580X_2$, meaning that H_0 was rejected and H_1 was accepted. This means that there is a positive influence on the quality of the product and price on the purchasing decision at Baso Aci di Madrasah.

Keywords :Product Quality, Price, Purchasing decision

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk pada Baso Aci di Madrasah, mengetahui bagaimana keputusan pembelian pada Baso Aci di Madrasah, dan mengetahui harga terhadap keputusan pembelian pada Baso Aci di Madrasah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Adapun teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel Accidental Sampling yang berjumlah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi sederhana, dan uji hipotesis. Hasil analisis deskripsi menunjukkan kualitas produk Baso Aci di Madrasah dipersepsikan baik, hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata jawaban responden sebesar 3,61. Harga Baso Aci di Madrasah dipersepsikan baik, hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata jawaban responden sebesar 3,75. Adapun hasil analisis regresi menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil t hitung $>$ t tabel sebesar $(7,447 > 1,985)$ dan persamaan $Y = 8,795 + 0,076X_1 + 0,580X_2$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif secara simltan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Baso Aci di Madrasah.

Kata kunci :Kualitas Produk, Harga, keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Menurut American Marketing Association (AMA) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Perkembangan bisnis makanan yang berkembang begitu pesat menyebabkan perubahan besar pada pasar sangat bersaing harga dan kualitas. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk harga produk tersebut. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga.

Seperti dibawah ini dapat dilihat dari tabel penjualan periode tahun 2017-2021, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Baso Aci di Madrasah
Periode Tahun
2017-2021

Tahun	Penjualan		Perkembangan		Ket
	Target (perporsi)	Realisasi	Naik/Turun	Persentase	
2020	15,000	15,160	16	101.1%	Tercapai
2021	15,018	15,064	(96)	100.3%	Tercapai
2022	15,036	14,880	(184)	99.0%	Tidak Tercapai
2023	15,054	14,881	1	98.9%	Tidak Tercapai
2024	15,072	13,880	(1,001)	92.1%	Tidak Tercapai
Rata-rata	15,036	14,773	(256)	98.3%	Tidak Tercapai

Sumber: *BasoAci di Madrasah, 2025 (diolah)*

Berdasarkan pada data tabel di atas, penjualan selama 5 tahun (2017-2021) penjualan mengalami perkembangan yang fluktuatif. Penjualan setiap tahunnya terjadi kenaikan dan penurunan namun dari data tersebut di atas hanya pada tahun 2020 dan 2024 mencapai target penjualan 101% dan 100,3% dengan jumlah penjualan 15,160 porsi dan 15,064 porsi. Selebihnya pada tahun 2022, 2023, dan 2024 belum mencapai target yang diharapkan. Kondisi terkait penjualan di atas menggambarkan bahwa Baso Aci di Madrasah harus membenahi kondisi penjualan dengan memperhatikan Kualitas dan harga produk yang dihasilkan mengingat konsumen sangat khawatir dengan mutu produk yang akan dijadikan komoditi bahan baku atau konsumsi dari usaha mereka. Selain kualitas produk dan harga jual menjadi salah satu faktor konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang ditawarkan atau sejumlah pengorbanan yang diperlukan konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan suatu produk yang dinginkannya dari produsen atau pembeli. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lain menghasilkan biaya.

Upaya untuk menarik para konsumen dan penjualan, juga disertai dengan menurunnya jumlah konsumen. Berikut ini data jumlah konsumen baik disektor untuk pasar tradisional maupun usaha rumah makan selama periode 2017-2021, sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Jumlah Konsumen Baso Aci
di Madrasah Periode Tahun
2017-2021

Tahun	Target Konsumen	Realisasi Target
2020	20.010	15.281
2021	20.034	15.220

2022	20.062	15.181
2023	20.092	15.133
2024	20.124	15.110

Sumber: *Baso Aci di Madrasah*, 2025
(diolah)

Berdasarkan pada data tabel di atas, jumlah pembeli dalam hal ini adalah Agen selama 5 tahun (2020-2024) mengalami perkembangan yang fluktuatif. Target jumlah Toko Agen yang ditetapkan pada setiap tahunnya secara keseluruhan menunjukkan jumlah yang tidak tercapai, bahkan pada tahun terakhir 2024 hanya mampu mencapai 19.941 atau hanya mencapai 99,1% dari yang targetkan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian.

Kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih menurut Sugiyono (2017: 57).

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, menurut Sugiyono (2017:8) 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". Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan Kualitas terhadap keputusan pembelian

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:215) berpendapat "populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya". Sedangkan menurut Arikunto (2014:173) menyampaikan bahwa "populasi adalah keseluruhan subjek penelitian". Dari pengertian di atas,

disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian populasinya adalah pelanggan Baso Aci di Madrasah yang tidak dapat diketahui.

2.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:87) berpendapat "dalam sebuah penelitian jika jumlah populasinya dianggap terlalu besar maka penulis dapat mempersempit populasi dengan cara menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin agar representatif dan hasilnya dapat digeneralisasikan".

2.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan sebuah data. Menurut Singgih Santoso (2015:342) berpendapat "sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik". Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi: Uji

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2017:160) berpendapat "model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal". Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dengan demikian uji ini untuk memeriksa apakah data yang berasal dari populasi terdistribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas ini bertujuan menguji apakah pada model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Menurut Ghazali (2017:105), berpendapat bahwa “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

c. Uji Autokorelasi.

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel. Menurut Ghazali (2017:110) berpendapat bahwa “uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ ”. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas.

Menurut Ghazali (2017:139) berpendapat “uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain”.

a. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menentukan apakah suatu hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2018:213) berpendapat “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.” Dengan demikian hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data

yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Maka pengujian hipotesis dilakukan melalui:

1) Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Menurut Sugiyono (2018:251) bahwa “Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95%”. Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat adalah sebagai berikut:

Dalam pengujian ini, digunakan *software SPSS versi 26*. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- (a) Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (b) Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai t hitung $>$ t tabel atau *probability* signifikansi $<$ 0,05. Dalam pengujian hipotesis (ujit) ini.

2) Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam pengujian ini, digunakan *software SPSS versi 26*. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai F hitung $>$ F tabel atau *probability* signifikansi $<$ 0,0.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Pengujian hasil data diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel yang diteliti

memiliki fungsi sebagai alat pembuktian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas

3.1.1 Pengujian Instrumen Data Penelitian

Pengujian Instrumen data diperlukan untuk mengukur variable penelitian yang meliputi uji variable dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validasi untuk menguji pernyataan untuk setiap butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak valid. Pengelolaan uji validitas penelitian menggunakan *software SPSS veris 29* untuk kriteria atau syarat keputusan suatu instrumen dikatakan valid dan tidaknya menurut Sugiyono (2018:173) yaitu dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid.
 - b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid.
- #### 2. Uji Validitas

Pengujian realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2016). Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
- b. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*).

3.1.2 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, atau keberartian hubungan antara variable indenpenden dengan variable dependen sehingga hasil analisa dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien, dan terhindar dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karna masih adanya gejala-gejala asumsi klasik

atau layak atau tidak data yang di pakai di lanjutkan sebagai data penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS veris 29*. Dalam penelitian ini uji berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model asumsi klasikyng dilakukan adalah terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji outokorelasi, uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variable independen regresi yang yang baik adalah distribusi data normal atau mendekasi normal. Untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variable dependen.

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Adapun hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* :

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.23217231	
Most Extreme Differences	Absolute	.045	
	Positive	.045	
	Negative	-.045	
Test Statistic		.045	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.887	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.878
		Upper Bound	.895

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

Sumber: diolah tahun 2025

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan

keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.6
Uji Validitas Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.795	4.137		2.126	.036		
	Kualitas Produk	.066	.073	.076	.899	.371	.919	1.088
	Harga	.707	.103	.580	6.875	<.001	.919	1.088

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, Uji Validitas Multikolinearitas variable kualitas produk 0,919 dan harga 0.919 nilai tersebut lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Facto (VIF)* variable kualitas produk 1.088 dan harga 1.088 nilai tersebut kurang dari 10 dengan demikian dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

3. Uji Outokorelasi

Uji outokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antara sampel. Untuk mengetahui ditemukan adanya outokorelasi dilakukan pengujian *Durbin-Watson (DW)* dengan membandingkan antara nilai *Durbin-Watson* dengan kriteria atau pedoman uji *Durbin-Watson* dengan acuan sebagai berikut :

Tabel 4.8

Interpretasi Hasil Uji *Durbin-Watson*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.606 ^a	.367	.354	3.61145	2.062

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,062 yang berada 1,550 – 2,460.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model regresi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

- a. Jika nilai signifikan variabel independen < 0,05 maka terjadi Heterokedastisitas.
- b. Jika nilai signifikan variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Gleser*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7.060	2.554		2.765	.007
	Kualitas Produk	-.041	.045	-.094	-.902	.369
	Harga	-.071	.064	-.117	-1.118	.266

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, *gleser test* model ada variable kualitas produk (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.369 dan harga (X2) 0.748 dimana keduanya lebih dari nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai data penelitian.

Pengujian grafik *scatter plot* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak ada gejala heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 .
- b. Ada gejala heteroskedastisitas apabila ada pola tertentu yang jelas, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit).

3.1.3 Penguji Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis ini dimaksud untuk mengetahui seberapa tingkatan pengaruh variable X1 dan X2 terhadap variable Y. Penelitian ini digunakan kriterian signifikansi 5% (0,05) dengan cara perbandingan antara nilai t hitung dengan r tabel berikut kriteria dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak

- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$: berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima
 Pengujian dapat di bandingkan dengan nilai signifikansi dengan 0,05 ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi >0,05 : berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b. Jika nilai signifikansi <0,05 : berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 4.25
Hasil Uji Hipotesis Variable Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	29.595	3.423		8.646	<.001
	Kualitas Produk	.210	.085	.241	2.458	.016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, maka dapat diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.458 > 1,985$) dengan nilai signifikansi < 0,05 atau ($0,016 < 0,05$) dengan demikian maka H_0 ditolak dan kualitas produksi diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi antara harga terhadap keputusan pembelian.

2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji t)

Dalam pengujian ini, digunakan *software SPSS* versi 29. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Untuk menilai besaran F_{tabel} dicari dengan ketentuan $df = (n-k-1)$ maka memperoleh $(100-2-1) = 97$, jadi $F_{tabel} = 3,090$.

Tabel 4.27

Hasil Uji Hipotesis Secara Simltan Variable Kualitas Produk (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	754.458	2	377.229	29.433	<.001 ^b
	Residual	1243.182	97	12.816		
	Total	1997.640	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Berdasarkan tabel 4.27 di atas, maka dapat diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,433 > 3,090$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau ($0,01 < 0,05$) dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikansi antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.2 Pembahasan Hasil Penelitian

3.2.1 Pembahasan Deskriptif

1. Kondisi Jawaban Responden Variable Kualitas Produk

Tabel *mean* skor variable kualitas produk adalah sebesar 3,65 yang termasuk katagori baik/setuju berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas merepon positif atas kualitas pelayanan yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 16,3% memberikan jawaban sangat setuju, sebanyak 40% memberikan jawaban setuju, sebanyak 36,7% memberikan jawaban kurang setuju, sebanyak 5,9% memberikan jawaban tidak setuju, sebanyak 1,1% memberikan jawaban sangat tidak setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variable Harga

Tabel *mean* skor variable kualitas produk adalah sebesar 3,75 yang termasuk katagori baik/setuju berdasarkan rata-rata jawaban

responden, mayoritas merepon positif harga yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 17,4% memberikan jawaban sangat setuju, sebanyak 44,9% memberikan jawaban setuju, sebanyak 33,4% memberikan jawaban kurang setuju, sebanyak 3,8% memberikan jawaban tidak setuju, sebanyak 0,5% memberikan jawaban sangat tidak setuju.

3. Kondisi Jawaban Responden

Variable Keputusan Pembelian

Tabel *mean* skor variable kualitas produk adalah sebesar 3,79 yang termasuk katagori baik/setuju berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas merepon positif keputusan pembelian yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 19,9% memberikan jawaban sangat setuju, sebanyak 43% memberikan jawaban setuju, sebanyak 34% memberikan jawaban kurang setuju, sebanyak 2,8% memberikan jawaban tidak setuju, sebanyak 0,3% memberikan jawaban sangat tidak setuju.

3.2.2 Pembahasan Kuantitatif

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisa penelitin, dapat di peroleh nilai persamaan regresi $Y = 29,595 + 0,210X_1$, nilai koefesian korelasi sebesar 0,790 artinya kedua mempunyai tingkatan hubungan kuat. Nilai determinasi sebesar 0,625 maka variabel kualitas produk dapat disimpulkan sebesar 62,5 % sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.458 > 1,985$) dengan demikian maka H_0 ditolak dan kualitas produk diterima. dimana kesimpulan bahwa kualitas produk terhadap pembelian dengan besaran pengaruh 37,5 % sisanya karna dipengaruhi faktor lain, uji hepoteris diperoleh sig. $0,000 <$

0,05. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dini Nur Sofya, Sugeng Purwanto “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai“. Aris Ariyanto Analisis “Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada “Cireng Moncrot” Cv Good Food – Tangerang ”, Arif Siaha Widodo “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT Fast Food Indonesia, Tbk (Studi Kasus pada KFC Cabang Transmart Cilandak)”.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisa penelitin, dapat di peroleh nilai persamaan regresi $Y = 10,432 + 0,734X_2$, nilai koefesien korelasi sebesar 0,601 artinya kedua mempunyai tingkatan hubungan kuat. Nilai determinasi sebesar 0,361 maka variabel kualitas produk dapat disimpulkan sebesar 36,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,447 > 1,985$) dengan demikian maka H_0 ditolak dan harga diterima. dimana kesimpulan bahwa kualitas produk terhadap pembelian dengan besaran pengaruh 63,9 % sisanya karna faktor dipengaruhi lain, uji hepoteris diperoleh sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ahmad Maulana Irfanudin “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Filma Minyak Goreng Di Pt Smart Tbk”a, Ezra Karamang” Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen Pada Mc. Donald di Simpang Dago

Bandung “, Irmawan, Muhamad Rizki Pambudi, Nuriel Baetha Annida, Sachro Yusuf, Imas Masriah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada J.CO Donuts & Coffee di Bintaro Tangerang Selatan”

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisa penelitin, dapat di peroleh nilai persamaan regresi $Y = 10,432 + 0,210X_1 + 0,734X_2$ nilai koefesien korelasi sebesar 0,606 artinya kedua mempunyai tingkatan hubungan kuat. Nilai determinasi sebesar 0,378 maka variabel kualitas produk dapat disimpulkan sebesar 37,8 % sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,433 > 3,090$) dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. dimana kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga terhadap pembelian dengan besaran pengaruh 62,2 % sisanya karna faktor dipengaruhi lain , uji hepoteris diperoleh sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Intan Permata “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan ”

4. KESIMPULAN

Berdasarkan urain pada bab-bab sebelumnya, dan dari analisa serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas harga dan harga terhadap keputusan pembelian, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas produk berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 29,595 + 0,210X_1$, nilai korelasi sebesar 0,790 artinya kedua variable memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien t

- hitung* > *t tabel* (6,875 > 1,985). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- b. Harga berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 10,432 + 0,734X_2$, nilai korelasi sebesar 0,601 artinya kedua variable memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien *t hitung* > *t tabel* (7,447 > 1,985) . Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- c. Keputusan pembelian berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 8,795 + 0,076X_1 + 0,580X_2$, nilai korelasi sebesar 0,606 artinya kedua variable memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien *t hitung* > *t tabel* (7,447 > 1,985). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

- Management and Business*, 6(1), 48–55. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.618>
- [10] Kotler dan Keller (2016) "*Manajemen Pemasaran*". (edisi 15), Jakarta: PT. Indeks.
- [11] Kotler dan Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran 2*. (edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- [12] Kotler dan Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- [13] Krishnan, Jayasree. (2011). "*Lifestyle-A Tool For Understanding Buyer*
- [14] Kurtz". (edisi 14). Stamford: South Western Educational Publishing.
- [15] Lupiyohadi, 2016. "*Manajemen Pemasaran Jasa Rambat*"(edisi 3).Penerbitan, Jakarta : Salemba.
- [16] Malhotra, N.K., & Dash, S. (2016). "*Marketing Research an Applied Orientation*". (edisi 7.). Chennai: Pearson India Education Services.
- [17] Sugiyono, (2017). "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*", dan R&D Bandung: Alfabeta.
- [18] Sugiyono. (2018). "*Metode Penelitian Kombinas*". Bandung: CV. Alfabeta.
- [19] Santoso, Singgih. (2016). "*Perilaku Organisasi*", Jakarta : Gramedia.
- [20] Supiandi, G., Priatna, I. A., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). *Strategi bisnis agen profesional di era digital property survay pada discovery property bsd. 1*, 150–162.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Algifari. (2016.) "*Mengukur Kualitas Layanan*". (edisi 1). Yogyakarta: BPFE.
- [2] Arikunto, Suharsimi. (2016). "*Prosedur Penelitian*": Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta
- [3] Buchari, Alma. (2014). "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*",(edisi13). Jakarta: Salemba Empa
- [4] Buchari Alma. (2016). "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*",(edisi16). Jakarta: Salemba Empat
- [5] Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- [6] Muavivah Evi . (2024). "Pengaruh Kualitas Produkis dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Baso aci di Madrasah ",(edisi 1). *Tangerang*: Universitas Pamulang
- [7] Tjiptono, Fandy. (2016). "Pemasaran Jasa". Edisi Keempat, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [8] Istijanto. (2014). "*Aplikasi Praktis Riset*". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Khalid
- [9] Kamaliyah, F. (2023). Peran Dosen Universitas Pamulang Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Unimart. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting*.