

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ELQUEEN PUSAT GROSIR TANAH ABANG JAKARTA PUSAT

Andini<sup>1</sup>

Email : [Aandinii2309@Gmail.Com](mailto:Aandinii2309@Gmail.Com)<sup>1</sup>

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

Irmal<sup>2</sup>

Email : [dosen01047@unpam.ac.id](mailto:dosen01047@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

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

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, Jakarta Pusat, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi sebanyak 7.800 orang selama tahun 2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dan diperoleh 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 6.391 + 0.807X_1$ . Uji hipotesis menunjukkan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $9.430 > 1.984$ ), sehingga  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan  $Y = 6.492 + 0.815X_2$ . Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $10.152 > 1.982$ ), sehingga  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Secara simultan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 1.702 + 0.430X_1 + 0.519X_2$ . Koefisien korelasi 0,763 yang berada dalam rentang 0,600–0,799, mengindikasikan hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.574 atau 57,4%, sisanya 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji F menunjukkan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $67.603 > 3.09$ ), sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at the Elqueen Store, Tanah Abang Wholesale Center, Central Jakarta, both partially and simultaneously. The method used was quantitative with an associative approach. The population was 7,800 people during 2023. The sampling technique used the Slovin formula and obtained 99 respondents. Data analysis used validity, reliability, classical assumptions, linear regression, correlation coefficient, determination coefficient, and hypothesis testing. The results showed that partially, Product Quality had a significant effect on Purchasing Decisions with the regression equation  $Y = 6,391 + 0.807X_1$ . The hypothesis test showed that  $t$  count  $>$   $t$  table ( $9,430 > 1,984$ ), so  $H_{01}$  was rejected and  $H_{a1}$  was accepted. Price also had a significant effect on Purchasing Decisions with the equation  $Y = 6,492 + 0.815X_2$ . The  $t$  count  $>$   $t$  table ( $10,152 > 1,982$ ), so  $H_{02}$  was rejected and  $H_{a2}$  was accepted. Simultaneously, Product Quality and Price have a significant effect on Purchasing Decisions with the regression equation  $Y = 1.702 + 0.430X_1 + 0.519X_2$ . The correlation coefficient of 0.763 which is in the range of 0.600–0.799, indicates a strong relationship. The coefficient of determination is 0.574 or 57.4%, the remaining 42.6% is influenced by other factors outside this study. The  $F$  test shows that  $F$  count  $>$   $F$  table ( $67.603 > 3.09$ ), so  $H_{03}$  is rejected and  $H_{a3}$  is accepted. This means that there is a significant simultaneous influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions.*

**Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision**

### 1. PENDAHULUAN

Tingginya tingkat persaingan dalam dunia usaha menjadi salah satu tantangan utama yang harus dihadapi pada masa globalisasi ini. Situasi tersebut mendorong perusahaan untuk senantiasa memperhatikan pergerakan kompetitor di sektor yang sama. Upaya menghadapi kondisi ini memerlukan pemanfaatan sumber daya ekonomi untuk memperkuat daya saing produk di pasar. Langkah strategis lainnya adalah menetapkan kebijakan pemasaran yang terus menyesuaikan diri dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Fakta bahwa bisnis pakaian tetap berjaya di

Indonesia tercermin dari semakin banyaknya gerai yang menyediakan aneka pakaian. Setiap tahun, industri ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, membuat persaingan dalam dunia fashion semakin tajam dan menuntut para pelaku usaha untuk lebih cermat dalam merancang strategi pemasaran.

Ketatnya persaingan antar bisnis serupa menuntut perusahaan untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi

keputusan pembelian dalam proses pemasaran produknya.

Perusahaan perlu memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan agar mampu bertahan, tumbuh, dan bersaing di pasar. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan adanya standar kualitas yang jelas. Dengan penerapan standar ini, perusahaan dapat menjaga konsistensi mutu produknya sehingga tidak mengecewakan konsumen dan tetap menjaga kepercayaan mereka. Pemahaman terhadap kebutuhan dan ekspektasi konsumen mencakup baik kebutuhan saat ini maupun yang diperkirakan akan muncul di masa depan. Dalam praktiknya, konsumen akan melalui sejumlah tahapan sebelum membeli suatu produk, seperti mengumpulkan informasi dari iklan atau rekomendasi, membandingkan beberapa pilihan, dan akhirnya mengambil keputusan pembelian.

Toko Elqueen, yang beroperasi sejak tahun 2007 di Pusat Grosir Tanah Abang, Lantai Dasar Blok A No.73, Jakarta Pusat, adalah perusahaan tekstil yang memproduksi gamis dan kebaya. Mengingat persaingan yang semakin ketat antar toko, Elqueen perlu melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang berperan dalam keputusan pembelian gamis oleh konsumen. Dengan memahami hal ini, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan lebih siap dalam menghadapi kompetisi dengan toko-toko lain.

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk sendiri mengacu pada kemampuan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Aditya et al., (2021), kualitas produk mencerminkan sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsinya, yang mencakup ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Masalah yang terjadi dalam Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang dari konsumen yang pernah berkunjung di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang mengenai Kualitas Produk yang kurang baik. Adapun data mengenai Kualitas Produk sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Kualitas Produk Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban				Jumlah
			Ya	(%)	Tidak	(%)	
1.	Kinerja (Performance)	"Toko Elqueen menyediakan produk-produk berkualitas baik"	24	69%	11	31%	35
2.	Tampilan (Features)	"Saya merasa mendapat manfaat lebih dengan produk yang dibeli di Toko Elqueen"	21	60%	14	40%	35
3.	Kesesuaian (Conformance)	"Kualitas Produk yang ditawarkan Toko Elqueen sesuai dengan harapan"	5	14%	30	86%	35
4.	Daya tahan (Durability)	"Daya tahan produk yang ditawarkan Toko Elqueen sangat baik"	9	26%	26	74%	35
5.	Ketindahan (Aesthetics)	"Bentuk produk yang ditawarkan Toko Elqueen menarik"	13	37%	22	63%	35

Sumber : Data Hasil Pra-Survei 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa pada pernyataan nomor 3, yaitu "Kualitas produk yang ditawarkan Toko Elqueen sesuai dengan harapan," banyak konsumen menyampaikan keluhan bahwa kualitas produk Elqueen tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Ketidaksesuaian ini menunjukkan adanya gap antara harapan konsumen dan realitas produk yang ditawarkan. Hal serupa juga ditemukan pada pernyataan nomor 4, "Daya tahan produk yang ditawarkan Toko Elqueen sangat baik," di mana banyak konsumen

mengeluhkan ketahanan produk yang dinilai kurang memuaskan dan tidak sebanding dengan harapan mereka terhadap kualitas produk.

Selain Kualitas Produk, faktor harga juga dapat mempengaruhi pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (2018:218), menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Tabel 1.2  
Konsumen yang Mengeluh terhadap Harga pada Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang

No.	Indikator	Jumlah
1	Keterjangkauan Harga	8
2	Kesesuaian Harga	6
3	Daya Saing Harga	6
4	Potongan Harga	7

Sumber: Data Survei Toko Elqueen (2024)

Data pra-survei pada Tabel 1.2 mengungkapkan bahwa konsumen memiliki beberapa keluhan terhadap aspek harga di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang. Sebanyak 8 responden menyatakan bahwa harga produk masih tergolong mahal dibandingkan toko lain (indikator keterjangkauan), dan 6 responden menganggap harga tidak sebanding dengan kualitas produk (indikator kesesuaian harga). Selain itu, 6 responden menilai harga di Toko Elqueen kurang bersaing (indikator daya saing), dan 7 responden merasa potongan harga yang diberikan belum memuaskan. Temuan ini memperkuat kesimpulan bahwa harga dan kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk baju gamis. Sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2023:177), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi menentukan pilihan, membeli, serta menggunakan barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Tabel 1.3  
Keputusan Pembelian Pada Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang

No.	Indikator	Jumlah
1	Pengenalan Masalah	3
2	Pencarian Informasi	4
3	Evaluasi Alternatif	3
4	Keputusan Pembelian	4
5	Perilaku Pasca Pembelian	2

Sumber: Data Survei Toko Elqueen (2024)

Berdasarkan prasurevei 1.3 diatas pada variabel Keputusan Pembelian pada Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, pada indikator "pengenalan masalah" adapun 3 (tiga) responden menyatakan bahwa karena kebutuhan mereka memutuskan membeli, pada indikator "pencarian informasi" adapun 4 (empat) responden menyatakan mengetahui tentang produk pada toko Elqueen, pada indikator "evaluasi alternatif" sebanyak 3 (tiga) responden menyatakan kurangnya minat beli terhadap produk toko Elqueen, pada indikator "keputusan pembelian" sebanyak 4 (empat) responden menyatakan kesesuaian produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan pada indikator perilaku pasca pembelian sebanyak 2 (dua) responden menyatakan sangat puas terhadap produknya.

Sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2019:22), keputusan pembelian merupakan bagian integral dari perilaku konsumen, yang mencakup berbagai aktivitas dalam memperoleh dan memilih produk maupun jasa. Proses ini melibatkan pengambilan keputusan yang terjadi sebelum tindakan dilakukan, serta evaluasi yang terjadi setelahnya.

Berikut ini data penjualan baju gamis di toko Elqueen pusat grosir tanah abang yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 4  
 Data Konsumen Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat Tahun 2024

No.	Bulan	Jumlah
1.	Januari	783
2.	Februari	758
3.	Maret	686
4.	April	680
5.	Mei	670
6.	Juni	667
7.	Juli	659
8.	Agustus	623
9.	September	589
10.	Oktober	574
11.	November	569
12.	Desember	542
	Jumlah	7800

Sumber: Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, Jakarta Pusat (2024)

Mengacu pada Tabel 1.4, selama satu tahun tercatat sebanyak 7.800 konsumen melakukan pembelian di Toko Elqueen, khususnya untuk produk gamis putih. Jumlah tersebut mencakup pembeli baru maupun pelanggan tetap. Meski demikian, terdapat penurunan jumlah konsumen dari bulan ke bulan. Kondisi ini menandakan perlunya evaluasi dari pihak Toko Elqueen untuk mengetahui faktor-faktor yang berkontribusi terhadap menurunnya angka penjualan.

Tabel 1. 5  
 Omset Penjualan Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, Jakarta Pusat Tahun 2020-2024

No.	Tahun	Jumlah
1.	2020	5.515.402.370
2.	2021	7.437.267.000
3.	2022	5.289.876.990
4.	2023	4.994.659.000
5.	2024	4.730.895.600

Sumber: Data Pembeli Toko Elqueen (2020-2024)

Berdasarkan tabel 1.5 omset penjualan diatas menunjukkan bahwa selama 5 tahun mengalami fluktuatif dapat disimpulkan bahwa omset penjualan pada tahun 2020-2021 adanya kenaikan penjualan dari Rp. 5.515.402.370 – Rp. 7.437.267.000 penjualan 2 tahun ini mengalami kenaikan karena kualitas produk yang dan harga yang diberikan Toko Elqueen masih kompetitif dengan para konsumennya. Tetapi pada tahun 2022-2023 mengalami penurunan sebesar Rp.5.289.876.990 – Rp.4.994.659.000 hal ini disebabkan karena banyaknya kompetitor yang lain menjual produk sejenis dengan kualitas produk yang baik dan menawarkan dengan harga yang lebih murah, hal inilah yang menyebabkan omset penjualan toko Elqueen mengalami penurunan. Oleh karena itu toko Elqueen perlu mengetahui bagaimana agar penjualan setiap tahunnya apa yang menjadi dampak dari penurunan penjual tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis melihat bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis memilih untuk mengangkat topik tersebut dalam penelitian dengan judul.

## 2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert (Sugiyono, 2022:13). Lebih lanjut Sugiyono (2022:18) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan

untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dengan metode Asosiatif. Menurut Sugiyono (2022:44) metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel lebih.

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji guna mengetahui tingkat kestabilan dan keandalan instrumen penelitian. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Jika nilainya lebih rendah, maka instrumen dinilai kurang dapat dipercaya. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas kuesioner mengacu pada ketentuan tersebut dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 27.

Tabel 4. 12  
 Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	StandardCronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas produk (X1)	0,682	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,709	0,60	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,768	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang telah dianalisis melalui SPSS versi 27 (2025)

Uji reliabilitas pada seluruh variabel penelitian menghasilkan nilai Cronbach's Alpha yang melampaui batas minimum 0,60, yakni 0,682 untuk kualitas produk, 0,709 untuk harga, dan 0,768 untuk keputusan pembelian. Dengan demikian, seluruh item dalam instrumen dianggap andal dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

#### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik berperan penting dalam memastikan bahwa data yang digunakan telah memenuhi kriteria kelayakan untuk dianalisis melalui regresi. Prosedur ini tidak hanya menelaah keterkaitan antara variabel bebas dan terikat, tetapi juga menjamin bahwa proses analisis berlangsung tanpa pelanggaran terhadap asumsi fundamental. Dengan demikian, validitas, efisiensi, serta ketepatan hasil yang diperoleh dapat terjaga secara optimal sebelum melangkah ke tahap analisis berikutnya.

##### a. Uji Normalitas

Dalam analisis regresi, uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah distribusi variabel bebas dan terikat mengikuti pola yang normal. Proses ini dilakukan dengan memeriksa residual dari variabel dependen. Sebagai pelengkap, penelitian menggunakan grafik plot probabilitas serta uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria signifikansi  $\alpha > 0,05$ . Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov disajikan pada bagian berikut:

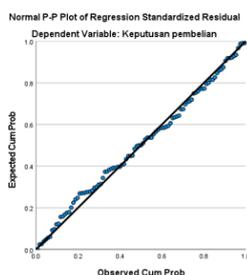
Tabel 4. 13  
 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.33972701
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.043
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.394
	99% Confidence Interval	Lower Bound .381
		Upper Bound .407

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 2000000.

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Nilai signifikansi dari pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200, yang melebihi nilai kritis 0,050, menunjukkan bahwa distribusi data dalam model regresi bersifat normal. Kesimpulan ini juga diperkuat oleh tampilan grafik Normal P-P Plot dibawah ini.



Gambar 4. 2  
 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot

Grafik Normal P-P Plot memperlihatkan bahwa sebaran titik data mengikuti garis diagonal secara merata. Hal ini menjadi indikasi bahwa distribusi residual bersifat normal, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat korelasi tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Korelasi yang rendah di antara variabel bebas menjadi syarat penting bagi keandalan model. Multikolinearitas ditandai oleh nilai VIF yang melebihi 10 serta nilai toleransi di bawah 0,1. Sebaliknya, jika  $VIF < 10$  dan toleransi  $> 0,1$ , maka model dianggap terbebas dari multikolinearitas. Rincian hasil pengujian menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 14  
 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.702	2.873		.592	.555		
	Kualitas Produk	.430	.109	.368	3.947	.000	.500	2.001
	Harga	-.519	.1	-.457	4.906	.000	.500	2.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari pengujian multikolinearitas diketahui bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas produk adalah 0,500, dan VIF-nya sebesar 2,001. Nilai tersebut masih berada dalam kisaran yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Kondisi serupa juga berlaku untuk variabel harga. Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel bebas dapat dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan bahwa varians dari residual dalam model regresi bersifat stabil. Dalam penelitian ini digunakan uji Glejser, yang mengukur varians residual untuk mengidentifikasi adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model dinyatakan tidak mengandung heteroskedastisitas.

Tabel 4. 15  
 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

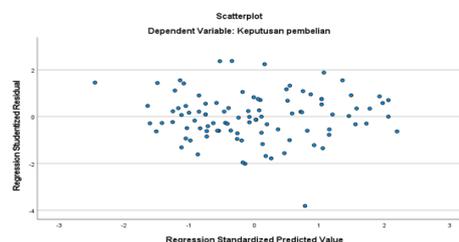
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.973	1.864		1.595	.114
	Kualitas Produk	.038	.071	.078	.544	.588
	Harga	-.030	.069	-.063	-.435	.664

a. Dependent Variable: ADBRESS

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari tabel yang disajikan, uji Glejser menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi tidak adanya heteroskedastisitas. Nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) tercatat sebesar 0,588, sedangkan variabel harga (X2) sebesar 0,664. Keduanya melebihi nilai ambang 0,05, yang berarti varians residual pada kedua variabel bersifat konstan. Oleh karena itu, model regresi dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Sebagai pelengkap, uji heteroskedastisitas juga dilakukan melalui grafik Scatter Plot sebagaimana ditampilkan pada gambar berikut. Hasil sebaran titik-titik dalam grafik tidak menunjukkan pola tertentu yang sistematis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan:



Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Gambar 4. 3  
 Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

**d. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi diuji untuk menentukan apakah nilai-nilai data pada waktu sekarang (t) berkorelasi dengan nilai pada waktu sebelumnya (t-1). Keberadaan autokorelasi dalam model regresi dapat menyebabkan pelanggaran asumsi independensi antar data, sehingga menurunkan validitas model. Oleh sebab itu, model yang baik seharusnya tidak mengandung autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini disajikan di bawah ini:

Tabel 4. 16  
 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson (DW)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.763 <sup>a</sup>	.583	.574	4.385	1.809

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

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,809 yang ditampilkan dalam tabel Model Summary mengindikasikan bahwa

tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi. Dengan demikian, hubungan antar residual bersifat bebas (independen), dan model ini telah memenuhi syarat asumsi klasik dalam regresi.

**Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh antar variabel serta menguji signifikansi pengaruh tersebut. Fokus utama penelitian adalah pada hubungan antara variabel terikat dan dua variabel bebas. Prosedur yang dijalankan meliputi uji hipotesis, penghitungan koefisien korelasi, determinasi, dan analisis regresi linier. Berikut ini merupakan pemaparan hasil dari proses analisis tersebut.

**1. Uji Regresi Linier Sederhana**

Metode regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan arah dan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Fokus analisis ditujukan pada hubungan antara kualitas produk (variabel bebas) dan keputusan pembelian (variabel terikat), dengan pengujian dilakukan secara parsial tanpa mempertimbangkan variabel lain. Pengolahan data dibantu oleh software SPSS versi 27, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17  
 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,391	3,014	2,120	,037
	Kualitas Produk	,807	,086	,692	,493

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel sebelumnya, diperoleh persamaan  $Y = 6,391 + 0,807X1$ . Persamaan tersebut dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta 6,391 menunjukkan bahwa dalam kondisi di mana variabel kualitas produk (X1) tidak ada (atau bernilai nol), maka keputusan pembelian (Y) akan tetap berada pada angka 6,391.
- Koefisien regresi sebesar 0,807 pada variabel kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa, dengan asumsi harga (X2) tetap dan tidak mengalami perubahan, peningkatan kualitas produk sebanyak satu satuan akan mendorong naiknya keputusan pembelian sebesar 0,807 poin.

Tabel 4.18  
 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,492	2,793	2,325	,022
	Harga	,815	,080	,718	,474

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil regresi yang disajikan pada tabel, ditemukan persamaan  $Y = 6,492 + 0,815X2$ . Persamaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta 6,492 menandakan bahwa ketika harga (X2) dianggap tidak berpengaruh atau bernilai nol, keputusan pembelian (Y) tetap akan bernilai 6,492.
- Koefisien regresi sebesar 0,815 pada variabel harga (X2) menunjukkan bahwa, dengan asumsi tidak ada

perubahan pada konstanta maupun kualitas produk (X1), setiap kenaikan satu unit dalam variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,815 poin.

**2. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi digunakan untuk mengetahui arah serta seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap hubungan antara kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 4.19  
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,702	2,873	,592	,555		
	Kualitas Produk	,430	,109	,368	,3947	,500	2,001
	Harga	,519	,106	,457	4,906	,000	,500

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari hasil analisis regresi linier berganda sebagaimana tercantum dalam tabel, diperoleh persamaan:  $Y = 1,702 + 0,430X1 + 0,519X2$ . Penafsiran dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- Konstanta 1,702 mencerminkan bahwa dalam kondisi di mana Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) tidak berkontribusi, nilai Keputusan Pembelian (Y) tetap sebesar 1,702.
- Koefisien regresi sebesar 0,430 pada Kualitas Produk (X1) mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit pada variabel ini akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,430 poin, dengan asumsi variabel Harga (X2) dan konstanta tidak berubah.
- Koefisien regresi sebesar 0,519 pada variabel Harga (X2) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam harga, dengan asumsi kualitas produk (X1) tetap dan konstanta tidak berubah, akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,519 poin.

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

Penggunaan koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.20  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

	Correlations		Kualitas Produk	Keputusan pembelian
	Kualitas Produk	Keputusan pembelian		
Kualitas Produk	Pearson Correlation		1	,692**
	Sig. (2-tailed)			,000
	N		99	99
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation		,692**	1
	Sig. (2-tailed)		,000	
	N		99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 sebagaimana tercantum dalam tabel, berada dalam rentang antara 0,600 hingga 0,799, yang menandakan bahwa hubungan antara kedua variabel tergolong kuat.

Tabel 4. 21  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,718, sebagaimana tertera dalam tabel, termasuk dalam kisaran nilai yang menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kedua variabel.

Tabel 4. 22  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Model Summary		Change Statistics			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	.763 <sup>a</sup>	.583	.574	4.385	.583	67.063	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Tabel menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki hubungan yang kuat, dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,763 yang berada dalam rentang 0,600–0,799. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian (Y) berkorelasi secara positif dan signifikan dengan baik variabel kualitas produk maupun harga.

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi dianalisis guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas, baik secara individual maupun simultan, terhadap variabel terikat. Penelitian ini secara khusus menelaah pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), serta menilai kontribusi masing-masing variabel dalam model regresi yang dihasilkan.

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2022), Adjusted R Square berfungsi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun hasil perhitungan koefisien determinasi melalui SPSS versi 27 ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 23  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.692 <sup>a</sup>	.478	.473	4.878	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Hasil pengujian pada tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,473, yang berarti kualitas produk berkontribusi sebesar 47,3% dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun sisa sebesar 52,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Tabel 4. 24  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.718 <sup>a</sup>	.515	.510	4.703	

a. Predictors: (Constant), Harga  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil uji yang disajikan dalam tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi

sebesar 0,510. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga memberikan kontribusi sebesar 51,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 49,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

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

		Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.763 <sup>a</sup>	.583	.574	4.385	1.809	

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari hasil pengujian koefisien determinasi simultan, diperoleh nilai sebesar 0,574. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara kolektif berkontribusi sebesar 57,4% terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 42,6% diperkirakan disebabkan oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus penelitian ini.

#### Uji Hipotesis

##### 1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Salah satu metode yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara statistik adalah melalui uji hipotesis parsial. Pengujian ini memanfaatkan nilai t sebagai dasar pengambilan keputusan, dengan tingkat signifikansi 5%, guna menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t, yang dikenal juga sebagai uji parsial, bertujuan untuk menguji hipotesis dan memastikan apakah variabel kualitas produk (X1) serta harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pengujian ini dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu sebagai berikut:

- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  : berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  : berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Cara lain untuk menguji hipotesis adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan batas signifikansi 0,05 berdasarkan kondisi berikut::

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$ , dapat menggunakan rumus berikut untuk mencarinya:

$$t_{tabel} = t_{\alpha, df} \text{ (Taraf Alpha x Degree of Freedom)}$$

$$\alpha = \text{taraf nyata } 5\%$$

$$K = \text{Jumlah variabel}$$

$$n = \text{Jumlah sampel (responden)}$$

$$df = (n - k), \text{ maka diperoleh } (99 - 3) = 96$$

, maka  $t_{tabel} = 1.984$

- Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Adapun rumusan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_{01} : p = 0$  Diduga Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap

Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah

Abang Jakarta Pusat.

$H_{a1} : p \neq 0$  Diduga Terdapat terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap

Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah

Abang Jakarta Pusat.

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS versi 27, dan hasilnya disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 26**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.391	3.014		2.120	.037
	Kualitas Produk	.807	.086	.692	9.430	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil uji pada tabel, thitung sebesar 9,430 lebih tinggi dibandingkan ttabel sebesar 1,984. Selain itu, nilai p sebesar 0,000 berada di bawah tingkat signifikansi 0,050, yang menunjukkan bahwa hasil tersebut signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat, sehingga H01 ditolak dan Ha1 diterima.

b. Uji Hipotesis Secara Parsial Antara harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Berikut adalah hipotesis yang diajukan:

$H_{02} : p = 0$  Diduga Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Aban Jakarta Pusat.

$H_{a2} : p \neq 0$  Diduga Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

Berikut ini adalah hasil analisis data yang diperoleh melalui penggunaan SPSS versi 27:

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.492	2.793		2.325	.022
	Harga	.815	.080	.718	10.152	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel, nilai thitung sebesar 10,152 lebih besar dibandingkan ttabel sebesar 1,984. Selain itu, nilai signifikansi (p) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,050, yang menandakan bahwa hasil ini signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat. Oleh karena itu, H02 ditolak dan Ha2 diterima.

## 2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan uji F, di mana nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel berdasarkan distribusi F. Dalam perhitungannya, diperlukan derajat kebebasan (df) untuk pembilang dan penyebut, yang ditentukan dengan rumus berikut:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

$$n = \text{Jumlah sampel penelitian (99)}$$

responden

$$k = \text{Jumlah variabel penelitian}$$

Nilai F tabel yang dihasilkan adalah 3.09, karena  $df1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df2 = 99 - 3 = 96$ . Kriteria berikut digunakan untuk menentukan apakah suatu hasil dianggap signifikan: nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  atau tingkat signifikansi lebih rendah dari 0,05:

- 1)  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  artinya secara simultan variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya secara simultan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

$H_{03} : p = 0$  Diduga Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

$H_{a3} : p \neq 0$  Diduga Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis menggunakan program SPSS versi 27, yang disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 28**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2378.667	2	1189.333	67.063	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1845.657	96	19.226		
	Total	4424.323	98			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai F hitung sebesar 67,063 melebihi nilai F tabel sebesar 3,09. Selain itu, tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti kualitas produk dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

#### **Pembasan Penelitian**

Keputusan pembelian di Toko Elqueen Tanah Abang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk dan harga, baik secara parsial maupun simultan. Semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk membeli. Temuan ini mendukung hipotesis yang diajukan dan menegaskan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y)**

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 6,391 + 0,807X_1$ . Nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian. Sementara itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,473 berarti bahwa 47,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor kualitas produk, sedangkan 52,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji parsial menghasilkan thitung sebesar 9,430, yang lebih besar daripada ttabel sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut,  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfanudin et al., (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pristine 8+ Pada Pt Super Wahana Tehno” menunjukkan hasil variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 32,4% yang berarti pengaruh positif dan signifikan. Dari pengujian hipotesis menunjukkan thitung > ttable (2,337 > 1,659). Yang berarti  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Berdasar hasil uji hipotesis secara partial antara variabel promosi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 30,4% yang artinya pengaruh positif dan signifikan.

#### **Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian(Y)**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh model persamaan regresi  $Y = 6,492 + 0,815X_2$ . Koefisien korelasi sebesar 0,718 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel harga dan keputusan pembelian. Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,510 mengindikasikan bahwa 51,0% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, sementara 49,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang berada di luar lingkup penelitian ini. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 10,152 lebih besar dari ttabel sebesar 1,984, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050. Dengan demikian,  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irmal, (2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jco Donuts & Coffee Giant BSD Tangerang Selatan”. Menunjukkan hasil harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian JCO Donuts & Coffe Giant BSD Tangerang Selatan. Dengan nilai persamaan regresi  $Y = 16,279 + 0,590X_2$ , nilai Koefisien Korelasi 0,640, nilai Determinasi sebesar 41% (41% - 100% = 59%), uji Hipotesis nilai thitung > ttabel atau 8,122 > 1,986 nilai Sig < 0,050 atau 0,000 < 0,050.

#### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana tercermin dalam persamaan regresi  $Y = 1,702 + 0,430X_1 + 0,519X_2$ . Koefisien korelasi sebesar 0,763 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan keputusan pembelian. Sementara itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,574 menandakan bahwa 57,4% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan 42,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji hipotesis memperlihatkan bahwa nilai Fhitung sebesar 67,063 lebih besar dibandingkan Ftabel sebesar 3,09, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005. Oleh karena itu,  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Rohima, (2024) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Khas Jogja Bu Tuti” hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 27,571 + 0,397X_1 - 0,165X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (50,543 > 2,700). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

## **4. KESIMPULAN**

Sebagai hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang”, terdapat beberapa poin utama yang dapat diidentifikasi sebagai inti dari temuan dan kesimpulan dalam penelitian ini.

- a. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana ditunjukkan dalam model regresi  $Y = 6,391 + 0,807X_1$ . Koefisien korelasi sebesar 0,692

menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,473 menandakan bahwa 47,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, sedangkan 52,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji parsial memperlihatkan nilai thitung sebesar 9,430 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu, H01 ditolak dan Ha1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

- b. Harga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh model persamaan regresi  $Y = 6,492 + 0,815X_2$ . Koefisien korelasi sebesar 0,718 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara harga dan keputusan pembelian. Sementara itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,510 mengindikasikan bahwa 51,0% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, sedangkan sisanya sebesar 49,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar lingkup penelitian ini. Hasil uji parsial memperlihatkan bahwa nilai thitung sebesar 10,152 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,050. Dengan demikian, H02 ditolak dan Ha2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang, Jakarta Pusat.
- c. Kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y), dengan persamaan regresi  $Y = 1.702 + 0.430X_1 + 0.519X_2$ . Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat adalah 0,763 yang tergolong korelasi kuat. Besarnya pengaruh yang diberikan ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi, yaitu sebesar: 0.574 atau 57,4%, sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai Fhitung sebesar 67.063 lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3.09 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,005, sehingga H03 ditolak dan Ha3 diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Elqueen Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori Dan Aplikasi. In *AE Publishing* (p. 1). AE Publishing.
- [2] Erma Widiana, M. (2020). *Pengantar Manajemen* (Y. Sutarso (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada.
- [3] Firmansyah, M. A. (2018). *Pengantar manajemen* (C. : Morris Sartono (ed.); Issue January). Deepublish.
- [4] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 edisi 9*. Badan Penerbit Undip. <https://doi.org/979-704-015.1>
- [5] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- [6] Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *PRINCIPLES OF MARKETING* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- [7] Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. Sri Hayati (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- [8] Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- [9] Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- [10] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Alfabeta.
- [11] Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian* (A. Diana (ed.)). ANDI.
- [12] Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- [13] Aini Nur, L., & Izzah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada the Body Shop Botani Square Mall Bogor). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 447–455.
- [14] Erpan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter Pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(1), 90–103.
- [15] Fasa, F., & Candra, A. (2024). Pengaruh Harga , Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen PT . Auto 2000 Bandar Lampung Data Penjualan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1), 54–65.
- [16] Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- [17] Irfanudin, A. M., Andalusi, R., & Jamil, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pristine 8+ Pada Pt Super Wahana Tehno. *JURNAL*

- SeMaRaK*, 3(3), 103–119.  
<https://doi.org/10.32493/smk.v3i3.7102>
- [18] Irmal. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jco Donuts & Coffee Giant BSD Tangerang Selatan. *Marketica: Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 1, 32–40.
- [19] Nurlia, R., Indriani, W., & Wuryanti, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi (Studi Kasus Mobil Pejero Sport Cabang Lampung Selatan)*. 1(1).
- [20] Nurmono, N. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Burger King di Botani Square Bogor. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 214.  
<https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23172>
- [21] Sari, E. T., & Kurniawaty, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Camilan Kulpikers Di Kampung Bali Jakarta Pusat. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 155–166.
- [22] Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59–65.  
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>
- [23] Susanti, N., & Rohima, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Khas Jogja Bu Tuti. *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(2), 353–364.  
<https://doi.org/10.32493/jism.v4i2>
- [24] Zidan, A. F., & Irmal. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Point Coffee Indomaret Fresh Fatmawati Jakarta Selatan*. 05, 3088–3105.