

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA SEWA BLOWER AC PADA CEMARA PRIMA RENTAL BLOWER AC

Vitarissa Sandra Resti¹, Mutmainnah²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹vitarissaa@gmail.com, ²dosen01720@unpam.ac.id

Info Kata kunci:

Harga; Kualitas Produk;
Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian jasa sewa blower AC pada Cemara Prima rental blower ac. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini sebanyak 1.174 dengan menggunakan rumus slovin diperoleh juga sampel sebanyak 92 responden. Hasil penelitian ini Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang dilakukan dengan uji regresi $Y = 5,073 + 0,293X1 + 0,526X2$. Koefisien Korelasi sebesar 0,861 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Koefisien Determinasi 0,741 menunjukkan kontribusi Harga dan Kualitas Produk 74,1% sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($127,187 > 2,150$). Maka dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima, Yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Keywords :

Price; Product Quality;
Purchasing Decisions

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions for AC blower rental services at Cemara Prima AC blower rental. The research method used is a quantitative research method with an associative approach. The population of this study was 1,174 using the Slovin formula and a sample of 92 respondents was obtained. The results of this study Price (X1) and Product Quality (X2) have a significant effect on Purchase Decisions (Y) which is carried out by regression testing $Y = 5.073 + 0.293X1 + 0.526X2$. The Correlation Coefficient of 0.861 indicates a very strong relationship. The Determination Coefficient of 0.741 indicates the contribution of Price and Product Quality 74.1% while the remaining 25.9% is influenced by other factors not examined in this study. Hypothesis Testing obtained a calculated f value greater than f table ($127.187 > 2.150$). Therefore, H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is a positive and significant influence between Price and Product Quality on Purchasing Decisions.



©2024 Penulis. Diterbitkan oleh Rasional Filosofia Logika Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pada era saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, dimana setiap perusahaan harus dituntut untuk dapat mempertahankan dan memenangkan pasar. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut. Setiap perusahaan perlu melakukan strategi-strategi dalam menjalankan bisnis mereka agar dapat berjalan dengan lancar sesuai harapan, menciptakan hal-hal baru atau berinovasi untuk menarik minat konsumen agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain, semakin banyak perubahan/inovasi yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan selera pelanggan, maka pelanggan tidak akan beralih ke perusahaan yang lain dan menjadi pelanggan tetap di perusahaan tersebut. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus mampu memahami dan mempelajari salah satunya tentang harga yang sesuai.

Menurut (Sunyoto, 2020;130) Harga adalah “uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara” Harga merupakan satu – satu nya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel.

Tingkat persaingan di pasar mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga. Di pasar yang sangat kompetitif, perusahaan mungkin terpaksa menetapkan harga yang lebih rendah agar tetap kompetitif. Sebaliknya, di pasar dengan sedikit pesaing, perusahaan dapat menetapkan harga lebih tinggi. Oleh karena itu, harga merupakan faktor penting dalam dunia bisnis ini. Selain harga, kualitas juga merupakan komponen penting, dengan adanya kualitas yang baik maka akan memberikan nilai tambah ke dalam produknya yang tidak dimiliki oleh produk-produk kompetitor, yang akan menjamin citra produk yang positif.

“Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. (Maramis, 2018:18). Dengan adanya kualitas produk ini akan mendapatkan predikat sebagai perusahaan yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat.

Dengan hal tersebut akan mengetahui lebih jauh tentang perilaku konsumen, yang dapat memberikan penjelasan mengenai kebutuhannya, alasan mereka memutuskan untuk melakukan pembelian, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Schiffman & Wisenblit (2019) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Perkembangan bisnis pada bisnis di bidang jasa menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Dimana salah satu nya adalah penyewaan jasa kipas Blower AC, yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan saat acara. Dimana Masyarakat di Indonesia sendiri suka mengadakan acara mulai dari kelahiran seseorang, hingga akhir dari kehidupan seseorang.

Penyewaan Blower AC ini sangat bermanfaat khususnya saat cuaca sedang panas dan terik, seperti yang diketahui juga Indonesia ini merupakan salah satu negara dengan iklim Tropis yang memiliki matahari yang terik, serta cuaca yang sangat panas, oleh karena itu banyak masyarakat yang meminati jasa sewa Blower AC di era saat ini.

Hal tersebut membuat usaha ini memiliki banyak pesaing, sehingga perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan selalu memperbaiki kualitas produk blower AC, serta harga yang tepat agar kedudukan atau status perusahaan tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Ada banyak strategi bisnis yang bisa digunakan, namun sebuah bisnis harus memilih strategi yang tepat berdasarkan situasinya. Risiko kegagalan bisnis dapat diminimalkan dengan memperkirakan kemungkinan terjadinya kegagalan tersebut. Perusahaan harus mampu mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Perubahan yang terjadi bersifat dinamis. Perusahaan yang cenderung mempunyai pemikiran tradisional dan tidak mengharapkan adanya perubahan tentu akan menemui banyak kesulitan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Cemara Prima merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa yang akan memberikan produk yang berkualitas dalam penyewaan blower ac. Cemara Prima ini berdiri sejak tahun 2017. Dan pada tahun perkembangannya sampai saat ini Cemara Prima harus menghadapi hambatan untuk bersaing di pasar yang lebih besar. Kendala yang dihadapi bisnis dapat muncul baik secara internal maupun eksternal. Berikut daftar harga sewa blower AC penjualan usaha sewa blower AC di daerah Tangerang dan sekitarnya :

Tabel Error! No text of specified style in document..1

Perbandingan Harga Sewa Blower Ac Pada Cemara Prima Dan Tempat Lain Di Kota Tangerang Dan Sekitarnya.

Tempat Penyewaan Blower Ac	Harga
Cemara rental ac kipas blower	300.000 / hari
Cv. Abadi perkasa	250.000 / hari
Sewa Tenda JKT	350.000 / hari
Indo Jaya Rental AC	350.000 / hari
Gisel Listrik	260.000 / hari

Sumber : Data Perbandingan Harga Sewa Cemara Prima & Pesaing. (2023)

Dari tabel diatas dapat dilihat di kota Tangerang dan sekitarnya memiliki beberapa tempat penyewaan Blower AC yang memiliki kualitas dan harga yang berbeda-beda, dan harga tersebut terlihat harga cukup bersaing diantara beberapa tempat penyewaan blower AC. Selain itu, berikut adalah jumlah konsumen yang menyewa Blower AC pada Cemara Prima pada tahun 2019 sampai 2023 Berikut ini merupakan tabel data hasil penjualan mulai tahun 2019-2023

Tabel 2
Daftar jumlah konsumen Cemara Prima Rental Blower Ac
Dari tahun 2019-2023

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1.	2019	79
2.	2020	185
3.	2021	382
4.	2022	212
5.	2023	316
Jumlah		1.174

Sumber : Data Jumlah Konsumen Cemara Prima (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penyewaan blower pada Cemara Prima mengalami fluktuasi pada tiap tahunnya dimana pada tahun 2019 Jumlah penyewaan sebanyak 79 Konsumen, pada tahun 2020 mengalami kenaikan dengan jumlah 185 Konsumen, tahun 2021 memiliki 382 konsumen, dan mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan jumlah 212 konsumen dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan dengan jumlah 316. Bukan hanya jumlah konsumen yang cenderung menurun, namun juga omset penyewaan juga terlihat mengalami fluktuasi yang menurun. Hal tersebut dapat dilihat dalam data penjualan Sewa Blower AC Cemara Prima Rental Blower AC Ciledug Tahun 2022-2023.

Tabel 3
Data Pendapatan Sewa Blower AC Cemara Prima Rental Blower AC
Tahun 2022-2023

Bulan	Target	Penjualan (Rupiah)		Keterangan
		Tersewa	Presentase	
Desember	10,000,000.00	10,500,000.00	105%	Tercapai
Januari	10,000,000.00	9,600,000.00	96%	Tidak tercapai
Februari	10,000,000.00	8,700,000.00	87%	Tidak tercapai
Maret	10,000,000.00	10,800,000.00	108%	Tercapai
April	10,000,000.00	10,200,000.00	102%	Tercapai
Mei	10,000,000.00	8,100,000.00	81%	Tidak tercapai
Juni	10,000,000.00	7,500,000.00	75%	Tidak tercapai
Juli	10,000,000.00	11,700,000.00	117%	Tercapai
Agustus	10,000,000.00	7,800,000.00	78%	Tidak tercapai
September	10,000,000.00	8,400,000.00	84%	Tidak tercapai
Oktober	10,000,000.00	7,800,000.00	78%	Tidak tercapai
November	10,000,000.00	10,500,000.00	105%	Tercapai

Sumber : Data Penjualan Sewa Blower AC Cemara Prima Rental Blower AC Tahun 2022-2023

Dari tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan sewa pada Cemara Prima Rental Blower AC dari bulan Desember 2022 hingga November 2023 mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Penurunan jumlah sewa pada Cemara Prima Rental Blower AC tersebut dalam jangka panjang dan akan mempengaruhi kelangsungan hidup dari Cemara Prima Rental Blower AC.

Selain harga, kualitas produk juga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen sebelum menyewa produk tersebut. Berikut ini kondisi Kualitas Produk blower Ac pada Cemara Prima. Survei awal yang dilakukan secara wawancara dengan Bapak Zainudin, Selaku Pemilik dari usaha Cemara Prima pada hari jumat 27 Oktober 2023 menerima beberapa keluhan dari pelanggan. Keluhan biasanya terjadi karena adanya beberapa produk yang tiba-tiba mati, air dari blower tersebut tidak menyala, macet

dan kurangnya karyawan yang dimiliki atau juga bisa dikarenakan pelanggan yang memang tidak dapat menunggu (tidak sabaran), lalu adanya kurang perawatan pada produk blower AC yang suka tiba tiba mati, sehingga konsumen merasa tidak terpenuhi harapannya yang disebabkan kualitas dari blower AC tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Berikut ini merupakan hasil dari pra survey konsumen yang dibuat oleh penulis tentang kualitas produk yang diberikan oleh Cemara Prima Rental Blower AC.

Tabel 4
Hasil Pra-survey terkait kualitas produk pada Cemara Prima Rental Blower AC

No	Indikator	Pertanyaan	Ya		Tidak		Target
1	Kinerja (Performance)	Apakah Kinerja dari Blower AC yang diberikan oleh Cemara Prima Rental Blower AC sudah baik ?	7	28%	18	72%	100%
2	Kesesuaian (Conformance)	Apakah Produk Blower AC yang disewakan oleh Cemara Prima sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan ?	10	40%	15	60%	100%
3	Reabilitas (Reability)	Apakah Cemara Prima Rental Blower AC menawarkan produk dengan kualitas yang terjamin ?	7	28%	18	72%	100%
4	Fitur (Features)	Apakah Produk Blower AC Cemara Prima Rental Blower berfungsi dengan baik ?	6	24%	19	76%	100%
5	Estetika (Aesthetics)	Apakah Produk Blower AC Cemara Prima Rental Blower AC memiliki penampilan yang bersih ?	12	48%	13	52%	100%

Berdasarkan hasil Pra Survey yang dilakukan penelitian dengan jumlah total 25 responden secara keseluruhan belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban konsumen Cemara Prima Rental Blower AC yang kurang puas. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat konsumen Cemara Prima Rental Blower AC merasa kurang puas terhadap Kualitas Produk yang ada pada Cemara Prima Rental Blower AC masih belum maksimal. Dapat dilihat angka terbesar konsumen merasa bahwa Blower dari Cemara Prima Rental Blower AC ini tidak berfungsi dengan baik yaitu sebesar 76% menjawab tidak, dan diikuti dengan kinerja dari Blower AC yang masih belum baik sebesar 72%, dilanjutkan ketidakpuasan konsumen pada Ketidak sesuaian Cemara Prima dengan spesifikasi yang dideskripsikan karena air dari Blower AC tersebut sering mati sebesar 60%, dan selanjutnya penampilan oleh produk Blower AC Cemara Prima tidak bersih sebesar 52%

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi diatas. Peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai pengaruh dari harga, kualitas produk serta keputusan pembelian. penulis merasa tertarik dan terdorong untuk membahas lebih lanjut dengan menyajikan dalam bentuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Blower Ac Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Sewa Blower Ac Pada Cemara Prima Rental Blower Ac”

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Hasibuan (2017) “Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang tertentu”.

Pemasaran

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:4), pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:34) manajemen pemasaran didefinisikan sebagai “the art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them”. Yang berarti manajemen pemasaran sebagai suatu seni dan ilmu dalam menentukan target pasar serta menciptakan relasi yang baik dengan pasar sasaran.

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:65) Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat fleksibel yang artinya dapat berubah dengan cepat seiring berjalannya waktu.

Kualitas Produk

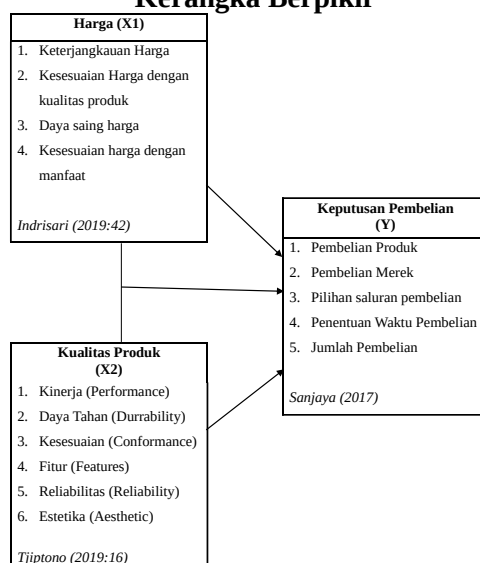
Menurut Kotler dan Amstrong dalam Utari Wijayati dan Rahma Wahdiniwaty (2016: 37) adalah “product quality is the ability of a product to perform its function, it includes the product’s several durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”. Artinya kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya.

Hipotesis

Berdasarkan landasan teoritis dan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat dimuat hipotesis sebagai berikut :

- $H_{01} : \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa blower AC Cemara Prima
- $H_{a1} : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa blower AC Cemara Prima
- $H_{02} : \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa blower AC Cemara Prima
- $H_{a2} : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa blower AC Cemara Prima
- $H_{03} : \rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa Blower AC Cemara Prima
- $H_{a3} : \rho \neq 0$ Terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa pada sewa Blower AC Cemara Prima

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Sumber : diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat di bangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian ini digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini populasi yang dimaksud adalah konsumen yang menyewa Blower AC Kota Tangerang pada periode 2019-2023 Sebanyak 1.174 Konsumen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus yang digunakan untuk menghitung besaran sampel perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin jumlah sampel ialah 92,150 dibulatkan menjadi 92 Orang. Maka sampel pada penelitian ini berjumlah 92 orang konsumen pada Cemara Prima Rental Blower AC. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

Definisi Operasional

Pada penelitian yang dilakukan ini relasi sederhana dengan satu variabel independen Kredit simpan pinjam (X1) dengan satu variabel independen Pendapatan (X2) dan satu variable dependen Pengembangan Usaha (Y) Dalam penelitian ini variabel bebasnya ialah Kredit simpan pinjam dan Pendapatan koperasi, sedangkan variabel terikatnya ialah Pengembangan usaha

Tabel 5

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Jml. Pertanyaan	Skala
Harga (X ₁)	1. Keterjangkauan Harga	1,2	Likert
	2.Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	3,4	
	3. Daya Saing Harga	5,6	
	4.Kesesuaian Harga dengan Manfaat	7,8	
Sumber : Indrasari (2019)			
Kualitas Produk (X ₂)	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	1,2	Likert
	2. Daya Tahan (<i>Durrability</i>)	3,4	
	3.Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	5,6	
	4. Fitur (<i>Features</i>)	7	
	5. Reabilitas (<i>Reability</i>)	8,9	
	6. Estetika (<i>Aesthetic</i>)	10	
Sumber : Tjiptono (2019 : 16)			
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pembelian Produk	1,2	Likert
	2. Pembelian Merek	3,4	
	3. Pemilihan Saluran Pembelian	5,6	
Sumber : Sanjaya (2017)			
	4.Penentuan Waktu Pembelian	7,8	
	5.Jumlah Pembelian	9,10	

Sumber : Data diolah penulis, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Pengujian Berganda Variabel Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a		T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.073	2.110	2.405	.018
	x1	.293	.088	.256	.001
	x2	.526	.061	.660	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 5,073 + 0,293X_1 + 0,526X_2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 5,073 menyatakan bahwa tanpa ada variabel Harga (X1) dan kualitas produk (X2) maka Keputusan pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar 5,073 atau jika nilai X1 dan X2 nilainya = 0 maka Keputusan pembelian (Y) tetap memiliki nilai = 5,073. Yang artinya konsumen tetap menyewa produk di Cemara Prima rental Blower AC meskipun Harga dan Kualitas produk yang diberikan masih kurang maksimal. Karena pada dasarnya konsumen sudah memberikan kepercayaanya pada produk tersebut.
2. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,293. Artinya jika variabel harga (X1) meningkat satuan-satuannya dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk (X2) tetap, maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,293
3. Variabel Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,526. Yang artinya jika variabel kualitas produk (X2) meningkat satu-satuannya dengan asumsi bahwa Harga (X1) tetap, maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,526.

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a		T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.335	2.595	4.753	.000
	X1(Harga)	.834	.083	.726	.000

a. Dependent Variable: Y(KeputusanPembelian)

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,015 > 1,291$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < sig.$ $0,10$ ($0,000 < 0,10$). Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Harga terhadap Keputusan Pembelian jasa sewa blower pada Cemara Prima rental Blower AC.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	7.442	2.093		3.557	.001
X2(KualitasProduk)	.672	.045	.842	14.798	.000

a. Dependent Variable: Y(KeputusanPembelian)

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (14,798 > 1,291). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < sig.$ 0,10 (0,000 < 0,10). Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian jasa sewa pada Cemara Prima rental blower AC.

Uji F

Tabel 9
Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4515.339	2	2257.669	127.187	.000 ^b
	Residual	1579.824	89	17.751		
	Total	6095.163	91			

a. Dependent Variable: Y(KeputusanPembelian)

b. Predictors: (Constant), X2(KualitasProduk), X1(Harga)

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (127,187 > 2,150), hal ini juga diperkuat dengan nilai $p\ value < sig.$ 0,10 (0,000 < 0,10). Dengan demikian maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.735	4.213

a. Predictors: (Constant), X2(KualitasProduk), X1(Harga)

b. Dependent Variable: Y(KeputusanPembelian)

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,741 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian sebesar 74.1%, sedangkan sisanya sebesar 25,9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dibuktikan dengan uji regresi $Y = 12.335 + 0,834 X_1$. Koefisien Korelasi sebesar 0,726 menunjukkan hubungan yang kuat.

- Koefisien Determinasi 0,527 menunjukkan kontribusi Harga 52,7% sedangkan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis di peroleh nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu ($10,015 > 1,291$) Maka dengan ini H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian
2. Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dibuktikan dengan uji regresi $Y = 7,442 + 0,672 X_2$. Koefisien Korelasi sebesar 0,842 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Koefisien Determinasi 0,709 menunjukkan kontribusi Kualitas Produk 70,9% sedangkan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai thitung lebih besar dari ttabel ($14,798 > 1,291$) maka dengan ini H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
 3. Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dilakukan dengan uji regresi $Y = 5,073 + 0,293X_1 + 0,526X_2$. Koefisien Korelasi sebesar 0,861 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Koefisien Determinasi 0,741 menunjukkan kontribusi Harga dan Kualitas Produk 74,1% sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai thitung lebih besar dari ttabel ($127,187 > 2,150$). Maka dengan ini H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, Yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta.
- Alwinda Manao, S. (2023). *Buku ajar pengantar manajemen*. Feniks Muda Sejahtera.
- Amstrong, G. (2016). *Marketing An Introducting Prentice Hall Twelfth Edition* (12 Ed.). Pearson Education.
- Amstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan , R. (2018). *Marketing: an introduction*.Pearson.
- Buchari Alma (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit ALFABETA, Bandung
- Daga, R. (2021). Analisis Bisnis Model Kanvas Produk Hijab Online Shop (Studi Kasus@ Needhijab. Mks). *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 4(2), 71-86.
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Fandy Tjiptono (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8) Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”*Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogi Morrison Simanjuntak., & Rahma Wahdiniwaty. (2018). *The Influence of Product Quality on Car Puchase Decision. In International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities* (ICOBEST 2018).
- Kotler, P., Amstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of marketing*. Britania Raya: Pearson.
- Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016), *“Prinsip-Prinsip Pemasaran”*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler,P.&Amstrong,G.(2018).*Principles of Marketing*(17thedition).Italy:Pierson Education Limited
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). *Manajemen Pemasaran,Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor
- M. Suyanto, (2018), *“Marketing Strategy Top Brand Indonesia”* Penerbit Andi
- Meithiana, Indrasari (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press
- Noor, Juliansyah, (2017), *Metodologi Penelitian*, Kencana, Jakarta.
- Peter dan Olson. (2017) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Sugiyono (2017). *Operasional variabel, Aplikasi analisis*. Edisi. 63. Jakarta
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed.
- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Edisi Kedua: Cetakan Ke-3. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono, Fandy (2017) *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing, Jawa Timur
- Tjiptono, Fandy., dan Anastasia Diana (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Jurnal :**
- Adiputra, Y. R., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa asuransi jiwa (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 551-560 Afandi, Pandi. 2018. *Manajemen Sumberdaya Manusia Teori Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Alamsyah, G. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jambu Kristal Di Kebun Buah Batuah Hortifarm Desa Pantai Harapan. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 62-71.
- Apsari, N. W. R. D., Wimba, I. G. A., & Masyuni, I. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) CLEO Di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1350-1360.
- 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.
- Arianto, Nurmin, and Adzmi Fahmi Albani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange." *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)* 1.3 (2018): 1-14.
- Ariella, Irfan Rizqullah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* 3.2 (2018): 215-221
- Arif, Rahman. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Komitmen Organisasi dan Kejelasan Tujuan Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Padang Panjang), *Jurnal Akuntansi* (Vol. 5, No. 2).
- Cahya, A. D., Sangidah, U., & Rukmana, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 70-82.
- Habibah Ummu Dan Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 01 No 01. Doi: <https://doi.org/10.1234/Jeb17.V1i01.635>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstick Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.

- Lubis, S. A., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Pt Lovely Holidays Tour And Travel Cabang Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 3(1), 31-39.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Purnama, P. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer Di Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 140-152.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Sanjaya, S. (2017). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Santosa, S. B., & Ramadhan, A. G. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2017.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320-330.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30-36.
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).