

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUAH PISANG WARUNG JAI DEPOK

Nurindah Kumalasari Mardianti¹, Ade Rachmawan²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹ indahkumalasari@gmail.com, ² dosen02027@unpam.ac.id

Info Kata kunci:

Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buah-buahan Warung Jai. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba dan diperoleh 97 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis menemukan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan dengan persamaan regresi $Y = 6,922 + 0,619X_1 + 0,326X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 77.4% sedangkan sisanya sebesar 22.6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(136,909 > 3,09)$ dan signifikan $0,000 < 0,005$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buah-buahan Warung Jai.

Keywords :

Product Quality; Price; Purchasing Decisions

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions at the Warung Jai fruit shop. The method used is the associative method. The sampling technique used was purposive sampling, with sampling using the Rao Purba formula and 97 respondents were obtained. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of the analysis found that product quality (X1) and price (X2) had a significant positive effect on purchasing decisions (Y) with the regression equation $Y = 6.922 + 0.619X_1 + 0.326X_2$. The coefficient of determination value is 77.4% while the remaining 22.6% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a value of $F_{count} > F_{table}$ or $(136.909 > 3.09)$ and was significant $0.000 < 0.005$. Thus H_0 is rejected and H_4 is accepted. This means that there is a significant simultaneous influence between Product Quality and Price on Purchasing Decisions at the Warung Jai Fruit Shop.



©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

Perkembangan bisnis di Indonesia sangat didukung dengan potensi alam yang menyediakan berbagai sumber daya alam berlimpah yang dapat diolah berbagai jenis-jenis produk bermutu tinggi. Indonesia itupun sendiri merupakan negara tropis yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan buah-buahan. Seperti buah pisang yang merupakan jenis buah tropis yang tumbuh sepanjang tahun. Namun demikian potensi pasar yang di miliki Indonesia masih belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga kebutuhan masyarakat terhadap buah sebagian besar dipenuhi dengan cara impor. Permintaan akan buah pisang dunia memang sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa pisang memang komoditas perdagangan yang sangat tidak mungkin diabaikan.

Namun, meskipun pisang dapat berbuah sepanjang tahun, adapun faktor- faktor dan kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi kapan dan seberapa banyak buah pisang yang diproduksi pada suatu waktu. Meskipun, pisang tidak terkait dengan musim buah tertentu, produksi dan ketersediaannya masih dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan dan budidaya. Dalam hal ini perusahaan harus dapat bersaing dalam memasarkan produk yang dihasilkan yaitu salah satunya dengan kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi seberapa besar kemungkinan untuk membeli produk tersebut. Hal ini penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian, semakin tinggi produk yang di hasilkan semakin besar kemungkinan orang tertarik untuk membelinya. Denga menyediakan produk yang berkualitas tinggi, sebuah perusahaan lebih unggul dengan kompetitornya. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa produknya memenuhi standar konsumen.

Selain memberikan kualitas produk terbaiknya kepada konsumen, para setiap bisnis dituntut juga agar lebih kreatif dan inovatif dalam persaingan bisnis dengan cara memberikan harga yang terjangkau kepada para konsumen untuk semua kalangan dikarenakan kualitas produk yang berbeda dan harga yang baik merupakan salah satu faktor terpenting dalam bisnis.

Warung jai merupakan sebuah toko buah lokal, yang berdiri pada tahun 2019 menjadikan industri penghasil buah dengan kualitas terbaik dan mengangkat pasar buah lokal dengan cara menghasilkan buah pisang yang berkualitas terbaik

Adapun peneliti sebelumnya yang melakukan penelitian sama dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian seperti penelitian Ria Novi Antika (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sale Pisang “Tri Putra Di Desa Banyu Urip Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, menyimpulkan bahwa kualitas produk harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang bermanfaat untuk perusahaan, dikarenakan akan menjadi haluan akhir yang didapatkan oleh perusahaan (Solihin, 2020:41), oleh karena itu perusahaan wajib mengupayakan agar bergerak lebih aktif dalam memikat hati konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan margin perusahaan. Serta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan serta mendapatkan kesenangan dihati konsumen agar diharapkan konsumen akan setia. Berdasarkan penjelasan diatas Toko buah Warung Jai membuktikan kualitas produk yang dihasilkan sangat baik agar keputusan pembelian pada konsumen dapat menjadi tolak ukur para konsumen agar datang kembali untuk menikmati pelayanan yang diberikan. Berikut ini adalah data penjualan Toko Buah Pisang Warung Jai:

Tabel 1
Data Penjualan Toko Buah Pisang Warung Jai Depok Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Kwintal		Presentase	Realisasi	Keterangan
		Target	Realisasi			
1	2020	288	290	100,6%		Tercapai
2	2021	288	295	102,4%		Tercapai
3	2022	288	285	98,95%		Tidak Tercapai

Sumber: Laporan Tahunan Toko Buah Pisang Warung Jai

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa realisasi pendapatan di Toko Buah Pisang Warung Jai Dimana pada tahun 2021 realisasi pendapatan tertinggi sebesar 295 Kwintal atau 102,4%. Pada tahun 2022 realisasi pendapatan menurun sebesar 285 Kwintal atau 98,95%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai rendahnya keputusan pembelian seperti fenomena di atas akan menjadi masalah besar bagi perusahaan. Apabila tingkat keputusan pembelian konsumen turun maka akan mempengaruhi pendapatan atau pemasukan perusahaan. Permasalahan dalam keputusan pembelian pada umumnya terjadi akibat adanya permasalahan pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang berkaitan dengan kualitas produk adalah harga. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli agar sesuai yang diinginkan. Pada hakikatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing.

Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menerapkan harga berdasarkan beberapa cara. penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Dalam pengembangan keputusan pembelian konsumen harus memperhatikan hal yang berhubungan dengan harga yang akan dibeli. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.

Tabel 2
Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

NO	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1	Apakah produk pisang di warung jai memiliki kualitas yang baik sehingga anda akan datang kembali untuk membelinya? (Pilihan Produk)	30	60%	40%
2	Apakah anda mengevaluasi beberapa produk serupa, sebelum memutuskan membeli produk di toko buah warung jai? (Pilihan Merek)	30	47%	53%
3	Apakah anda membeli produk buah di toko warung jai daripada di toko buah yang lain? (Pilihan Dealer)	30	33%	67%
4	Sebelum datang ketoko, apakah anda sudah memiliki perkiraan jumlah produk sebelum membeli di toko buah warung jai? (Jumlah Pembelian)	30	45%	55%
5	Apakah anda memerlukan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli di toko buah pisang warung jai? (Waktu Pembelian)	30	40%	60%
6	Apakah anda lebih menyukai pembayaran dengan tunai saat melakukan pembelian daripada nontunai? (Metode Pembayaran)	30	30%	70%

Sumber: Pra Survei 2024

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat keputusan pembelian pada toko buah pisang warung jai yaitu pada indikator pilihan produk mendapatkan respon lebih besar, dimana pada pertanyaan pertama konsumen yang menjawab “Ya” sebanyak 60% dan “Tidak” sebanyak 40% dari 30 responden, tetapi pada pertanyaan kedua responden yang menjawab “Tidak” mendapat 53% dari 30 responden. Pada indikator pilihan dealer responden yang menjawab “Tidak” yaitu sebesar 67%. Adapun pada indikator jumlah pembelian mendapatkan sebesar 55% yang menjawab “Tidak” pada indikator waktu pembelian sebesar 60% sedangkan pada indikator metode pembayaran responden yang menjawab “Tidak” lebih banyak yaitu sebesar 70%. Dengan begitu dapat disimpulkan konsumen belum merasa puas terhadap produk yang ditawarkan di toko buah pisang warung jai depok, hal ini tersebut dapat dilihat berdasarkan konsumen yang menjawab “Tidak” lebih mendominasi, ketidakpuasan konsumen pada keputusan pembelian di toko buah pisang warung jai depok dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya ialah faktor kualitas produk.

Tabel 3
Hasil Pra Survey Kualitas produk

NO	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1	Menurut anda, apakah produk buah pisang di warung jai sesuai dengan kebutuhan? (Kinerja)	30	43%	57%
2	Apakah informasi yang di berikan di toko warung jai sesuai dengan kenyataan? (Kehandalan)	30	33%	67%
3	Apakah produk buah di warung jai memiliki fitur yang bagus, sehingga konsumen senang dan datang kembali? (Fitur)	30	38%	62%
4	Apakah produk buah pisang di warung jai disimpan dengan baik, sehingga memiliki daya tahan yang lama? (Daya Tahan)	30	45%	55%
5	Apakah buah pisang ditoko warung jai memiliki rasa yang konsisten dan memiliki kualitas yang bagus? (Konsisten)	30	47%	53%
6	Apakah toko buah pisang warung jai memiliki akses yang mudah, selain itu memiliki desain tampilan yang menarik? (Desain)	30	40%	60%

Sumber : Pra Survei 2024

Dari hasil penyebaran kuesioner pra survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden, dapat dilihat dari indikator *kinerja* sebanyak 57% yang menjawab tidak setuju, pada indikator *kehandalan* sebanyak 33% yang menjawab setuju, pada indikator *fitur* sebanyak 38% yang menjawab setuju, pada indikator *daya tahan* mencapai 45% responden yang menjawab setuju, dan pada indikator *konsisten* mencapai 47% dan pada indikator *desain* sebesar 40% yang menjawab setuju, dalam hal ini kualitas produk pada toko buah warung jai belum maksimal, hal tersebut dilihat berdasarkan

jawaban responden yang menjawab “Tidak” lebih mendominasi pada setiap indikator pertanyaan yang diajukan, artinya kualitas produk pada toko buah pisang warung jai belum sesuai harapan konsumen.

Faktor kedua yang dapat memberikan dampak pada kualitas produk adalah ketetapan harga yang berlaku pada suatu badan usaha, harga itu sendiri menurut Marpaung, dkk (2021:50) “harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh pada keuntungan produsen. Harga juga merupakan salah satu penentu kepuasan seorang konsumen, karena harga menentukan seberapa besar kesesuaian dari ketetapan harga dengan kebutuhan konsumen yang membelinya”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa harga menjadi faktor penentu kepuasan konsumen terhadap suatu usaha khususnya pada kualitas produk, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas produk di toko buah pisang warung jai dapat dilihat perbandingan harga antara toko buah warung jai dan pesaingnya pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Pra Survey Harga

NO	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1	Apakah harga buah yang ditawarkan di toko buah pisang warung jai terjangkau?	30	60%	40%
2	Apakah harga dengan kualitas produk di toko buah warung jai ditawarkan dengan jelas?	30	46%	54%
3	Apakah harga yang di targetkan sesuai dengan manfaat produk yang diberikan?	30	45%	55%
4	Apakah harga buah pisang di toko warung jai di bawah harga pesaing, sehingga harga sesuai kemampuan?	30	34%	66%

Sumber : Pra Survei 2024

Menurut Saadah (2020:15) harga adalah sebuah kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan itu disetujui oleh kedua belah pihak. Jika dilihat berdasarkan data prasurvey yang dilakukan dapat dilihat pada indikator “Apakah harga buah yang ditawarkan di toko buah pisang warung jai terjangkau?” Sebanyak 40% yang menjawab tidak setuju, pada indikator “Apakah harga dengan kualitas produk di toko buah warung jai ditawarkan dengan jelas?” sebanyak 54% yang menjawab tidak, pada indikator “Apakah harga yang di targetkan sesuai dengan manfaat produk yang diberikan?” yang menjawab setuju sebanyak 45%, dan pada indikator “Apakah harga buah pisang di toko warung jai di bawah harga pesaing, sehingga harga sesuai kemampuan?” sebanyak 34% yang menjawab setuju. Dalam hal ini harga pada toko buah warung jai belum maksimal, hal tersebut dilihat berdasarkan jawaban responden yang menjawab “Tidak” atau tidak setuju lebih mendominasi pada setiap indikator dari empat indikator yang diajukan, artinya harga pada toko buah warung jai belum sesuai dengan harapan konsumen.

Dengan memperhatikan masalah pada latar belakang dan ditambah data-data diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas dan harga produk di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok. Ada beberapa hal yang mengalami perubahan pada profit perusahaan ini hal tersebut menjadi tolak ukur bahwa kualitas pada suatu produk juga sangat dipengaruhi oleh harga. Maka dari itu penulis tertarik mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ditoko Buah Warung Jai Depok”.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut George R. Terry dalam Aditama (2020:1), manajemen adalah proses yang terdiri dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan guna mencapai tujuan yang ditetapkan melalui pemanfaatan SDM dan sumber lainnya. Istilah manajemen yang diterjemahkan dari kata manage memang biasanya dikaitkan dengan suatu tindakan yang mengatur sekelompok orang di dalam organisasi atau lembaga tertentu demi mencapai tujuan-tujuan tertentu. Sehingga manajemen merupakan suatu proses untuk melaksanakan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017:6), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Berbeda halnya dengan teori menurut Saladin (2016:3) “Manajemen

Pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi”.

Keputusan Pembelian

Menurut Griffin dan Ebert alih bahasa oleh Zoelkifli Kasip (2015:283) “Keputusan pembelian didasarkan pada motif rasional logis dan atribut produk biaya kualitas dan kegunaan. Motif emosional melibatkan faktor non obyektif dan mencakup sosialisasi, imitasi lainnya dan estetika”

Sama halnya menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:184) mengemukakan bahwa “keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk”.

Kualitas Produk

Menurut Alli dalam cahyani dan Hidayat (2020:330) “kualitas makanan atau minuman adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan dan minuman yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen”.

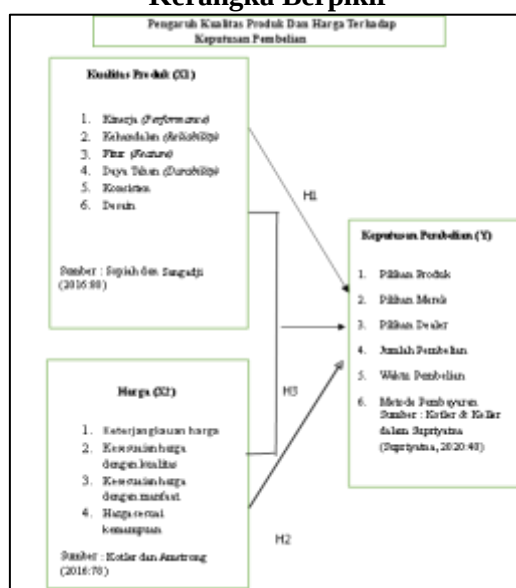
Harga

Kotler & Armstrong (2016:324) mendefinisikan bahwa: “*Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*”. (harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

Hipotesis

1. $H_{01p} = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai.
 $H_{a1} p \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai
2. $H_{02p} = 0$: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai
 $H_{a2} p \neq 0$: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko buah Pisang Warung Jai
3. $H_{03} p = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai
 $H_{a3} p \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Sumber : diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. menyatakan bahwa metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode asosiatif, Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 orang dibulatkan 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

Definisi Operasional

1. Variabel Independen atau Bebas (X1 dan X2)

Menurut Sugiyono (2022:39) dalam buku penelitian kuantitatif “Variabel Independen sering disebut sebagai variabel bebas, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel independen, yaitu:

a. Kualitas produk

Menurut Tjiptono (2015:105) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

b. Harga

Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2015:315) harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

2. Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Variabel Dependen menurut Sugiyono (2022:39) dalam buku penelitian kuantitatif “Sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Uji Regresi Linier Berganda

Gambar 2
Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	6,922	2,527		2,739
	Kualitas Produk	,619	,093	,674	6,668
	Harga	,326	,155	,212	2,098

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada gambar di atas dihasilkan nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk sebesar , Harga sebesar dan constant sebesar . dari hasil tersebut diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut. $Y = 6,922 + 0,619X_1 + 0,326X_2$

Berikut penjelasannya.

- Konstanta sebesar 6,922, hal ini menunjukkan bahwa apabila semua variabel independent yaitu Kualitas Produk dan Harga dianggap konstan maka Keputusan Pembelian akan positif.
- Variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,619 , maka dengan adanya peningkatan Kualitas Produk akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,619 dengan asumsi variabel Harga (X_2) dalam keadaan konstan.
- Variabel Harga (X_2) mempunyai koefisien bernilai positif sebesar 0,326 , maka dengan adanya peningkatan Harga akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,326 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_1) dalam keadaan konstan.

Uji T

Gambar 3
Uji t Parsial (X_1) Terhadap (Y)
Sumber: Data diolah, 2024

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9,161	2,331		,000
	Kualitas Produk	,786	,049	,856	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambarr di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} 16,128 > t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok.

Gambar 4
Uji t Parsial (X_2) Terhadap (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8,617	3,035		,006
	Harga	1,213	,097	,790	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} 12,544 > t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok.

Uji F

Gambar 5
Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	3185,783	2	1592,891	,000 ^b
	Residual	1093,661	94	11,635	
	Total	4279,443	96		

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

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan gambar di atas diperoleh nilai F_{hitung} 136,909 > F_{tabel} 3,09 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,10 dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok.

Uji Koefisien Determinasi

Gambar 6
Koefisien Determinasi (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 ^a	,744	,739	3,411
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan gambar di atas, dapat diperhatikan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0,744 yang artinya, secara simultan variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 74,4 %.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap Toko Buah Pisang Warung Jai Depok, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok, Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier sederhana $Y = 9,161 + 0,786X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,856 (Sangat Kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 73,2% . nilai thitung 16,128 > ttabel 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,10.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok, pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier sederhana $Y = 8,617 + 1,213X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,790 (Kuat) . Nilai koefisien determinasi sebesar 62,4%. Nilai thitung 12,544 > ttabel 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,10.
3. Secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Pisang Warung Jai Depok, pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier berganda $Y = 6,922 + 0,619X_1 + 0,326X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,863 (Sangat Kuat). Nilai koefisien sebesar 74,4% . Nilai Fhitung 136,909 > Ftabel 3,09 dengan nilai signifikan 0,00 < 0,10

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar manajemen. Ae Publishing.
- Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Amaatian Society. (2016). Quality product. Kotler, P., & Gary, A. (2016). Prinsip Prinsip Pemasaran (13 ed.). Jakarta: Erlangga. Kotler, & Armstrong. (2015). Manajemen pemasaran. Manajemen operasional dalam Sudaryono, D. (2016). Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi-Yogyakarta: Andi.
- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Imam Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Kotler dan Keller. (2016) Marketing Management, Global Marketing. England : Pearson Education, Inc.
- Sa'adah, L. (2020). Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan P&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. "Pemasaran." (2020).

Jurnal :

- Adriyanto, A. T., & Fauzi, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Handphone. Solusi, 21(3), 664-671.

- Ahyani, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Rizky Adri Perkasa. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 716-723.
- Alawiah, W., & Utama, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 17-34.
- Anggraeni, I., Priatna, H., & Madaniah, D. (2020). Pengaruh biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja terhadap volume produksi pada CV Ismaya Citra Utama. *Akurat| Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 11(2), 22-32.
- Antika, R. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sale Pisang “Tri Putra” di Desa Banyuurip Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. *Jurnal: Universitas PGRI Kediri*.
- Carmelita, C. V., AR, M. D., & ZA, Z. Z. Z. (2017). Analisis Activity Based Costing System Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Guna Menentukan Harga Jual Gula (Studi Kasus pada PT. PG. Kebon Agung Unit PG. Kebon Agung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Emerson, A. R., & Mulyono, H. (2019). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada Betacam Studio Photography. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 4(4), 368-377.
- Eukaristia, P. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya pada Loyalitas Konsumen KRL rute Jakarta-Bogor/Prisca Edelwise Eukaristia/24150163/Pembimbing: Tony Sitinjak.
- Hermawan, F. T. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- HULU, E., MENDROFA, Y., & KAKISINA, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106-115.
- Jamiat, N., Hidayat, A. M., Pradana, M., & Bastio, B. S. (2020). The Influence Of Brand Image On The Decision Of Buying Converse Shoes In Students In Bandung City, Indonesia. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(12), 438-445.
- Jayanti, E., Ramadhani, M. R., & Werdiasih, R. D. (2023). PENGARUH NILAI PELANGGAN, KOMUNIKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK. *JURNAL EKONOMI*, 13(1), 29-42.
- Kartiwa, A., Yani, Y., & Suzana, A. (2024). Analysis of Customer Satisfaction at The Dimalsa Majalengka Store. *JOBM-Journal Of Bussines Management Basic*, 6(1).
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian kosmetik Revlon (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101-111.
- Lola, A. (2022). Peningkatan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Nasi Bebek Mba Dewi) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).
- Mangkunegara, M. A. P., & Hasibuan, M. M. S. (2000). 2.2 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.
- Munardi, H. T., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT National Finance. *Jurnal arastirma*, 1(2), 336.
- Novaldi, M., Arsa, A., & Zahara, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Pak Dj Oleh-oleh Khas Jambi). *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 80-93.
- Noviastuti, N., & Nurhayati, N. (2022). Upaya meningkatkan penjualan menggunakan metode marketing mix di PT. Mega Finance Yogyakarta. *Jurnal Nusantara*, 5(1), 30-37.

- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42-49.
- People, P. E. (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran 7p terhadap kepuasan pelanggan pengguna gojek online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol*, 1(1), 31-40.
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIKA WARDAH DI KOTA PAGAR ALAM:(Studi Pada Masyarakat Pengguna Kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Ekonomia*, 10(1), 83-93.
- Prihartini, E., & Sudarman, S. D. C. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mixue Munjul Majalengka. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(03), 141-151.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- SARI, E. I. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN AREMA FC STORE (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA).
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi).
- Sofiyatuzzahro, S., Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *UBHARA Management Journal*, 1(2), 242-254.
- Sufandy, S. (2020). Analisis dan Penerapan Bauran Promosi pada Toko Adore Batam (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Sugiyah, S., Yuliantari, K., Nurhidayati, N., & Widodo, D. P. (2021). Strategi Pemasaran Menyambut Pranatan Baru Pariwisata Yogyakarta (Studi Kasus Hotel Cabin Sutomo). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(2), 111-116.
- Wirani, S., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN (Survei Pada Konsumen Pikiran Rakyat Jl. Asia Afrika No. 77 Braga) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).