



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPAREPART MOBIL TOKOTOKI05 DI SHOPEE

THE INFLUENCE OF PRODUCT PRICE AND QUALITY ON THE DECISION TO PURCHASE TOKOTOKI05 CAR SPAREPARTS AT SHOPEE

Siti Nur Azizah^{1*}, Wawan Supriyatna²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email : sitinura537@gmail.com^{1*}, dosen01806@unpam.ac.id²

Article history :

Received : 15-11-2024
Revised : 17-11-2024
Accepted : 19-11-2024
Published: 21-11-2024

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Tokotoki05 Car Spare Parts on Shopee both partially and simultaneously. The method used is quantitative. The population in this study were all buyers of Tokotoki Car Spare Parts on Shopee as many as 607. The sampling technique used the purpose sampling technique and to determine the sample size used the Slovin formula. The sample in this study amounted to 86 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis test. The results of this study are Price (X1) affects the Purchase Decision (Y) with the regression equation $Y = 27.406 + 0.446 X1$. The determination coefficient value is 32.0% while the remaining 68% is influenced by other factors. Hypothesis Test obtained $t \text{ count value} > t \text{ table}$ or $(6.287 > 1.988)$ with significance $(0.000 < 0.05)$. Thus, H_01 is rejected and H_{a1} is accepted, this shows that partially there is a positive and significant influence between Price and Purchase Decision of Tokotoki05 Car Spare Parts on Shopee. Product Quality (X2) influences Purchase Decision (Y) with the regression equation $Y = 14.239 + 0.413 X2$. The coefficient of determination value is 57.3% while the remaining 42.7% is influenced by other factors. Hypothesis Testing obtained a calculated $t \text{ value} > t \text{ table}$ or $(10.611 > 1.988)$ with significance $(0.000 < 0.05)$. Thus, H_02 is rejected and H_{a2} is accepted, this shows that partially there is a positive and significant influence between Product Quality and Purchase Decision of Tokotoki05 Car Spare Parts on Shopee. Price and Product Quality influence Purchase Decision with the regression equation $Y = 13.409 + 0.154 X1 + 0.502 X2$. The coefficient of determination value is 58.5% while the remaining 41.5% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained the calculated $F \text{ value} > F \text{ table}$ or $(58.419 > 3.11)$ with significance $(0.000 < 0.05)$. Thus, H_03 is rejected and H_{a3} is accepted, this shows that simultaneously there is a positive and significant influence between Price and Product Quality on the Purchase Decision of Tokotoki05 Car Spare Parts at Shopee.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision.



Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee baik secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli Sparepart Mobil Tokotoki Di Shopee sebanyak 607. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purpose sampling dan untuk penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 27,406 + 0,446 X1$. Nilai koefisien determinasi sebesar 32,0% sedangkan sisanya sebesar 68% dipengaruhi faktor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(6,287 > 1,988)$ dengan signifikan $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_a1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Keputusan Pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee. Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 14,239 + 0,413X2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 57,3% sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi faktor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(10,611 > 1,988)$ dengan signifikan $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_a2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee. Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 13,409 + 0,154X1 + 0,502X2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 58,5% sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi faktor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(58,419 > 3,11)$ dengan signifikan $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

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 Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee membuktikan harga yang terjangkau dan 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 Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee:



Tabel 1.1 Data Penjualan Sparepart Mobil Tokotoki05 Pada Tahun 2022 Dan Tahun 2023

Bulan	Target Penjualan	Penjualan		Jumlah Pembeli	
		2022	2023	2022	2023
Januari	Rp. 26.000.000	Rp. 28.000.000	Rp. 27.000.000	60	55
Februari	Rp. 26.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 25.000.000	50	48
Maret	Rp. 26.000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 30.000.000	80	70
April	Rp. 26.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 23.000.000	50	40
Mei	Rp. 26.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 24.000.000	50	45
Juni	Rp. 26.000.000	Rp. 27.000.000	Rp. 28.000.000	55	60
Juli	Rp. 26.000.000	Rp. 24.000.000	Rp. 26.000.000	45	50
Agustus	Rp. 26.000.000	Rp. 27.000.000	Rp. 27.000.000	55	55
September	Rp. 26.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 20.000.000	50	38
Oktober	Rp. 26.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 25.000.000	50	48
November	Rp. 26.000.000	Rp. 27.000.000	Rp. 20.000.000	55	38
Desember	Rp. 26.000.000	Rp. 30.000.000	Rp. 28.000.000	70	60
Jumlah				670	607

(sumber: Tokotoki05)

Berdasarkan data penjualan tahun 2022 dan tahun 2023 dapat dilihat bahwa di tahun 2022 penjualan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee mengalami peningkatan yaitu pada bulan Januari sampai dengan Juni, lalu di bulan Juli terjadi penurunan penjualan, kemudian di bulan Agustus sampai dengan bulan Desember penjualan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee mulai meningkat kembali. Sementara di tahun 2023 terlihat bahwa penjualan Sparepart mobil Tokotoki05 di Shopee mengalami ketidakstabilan penjualan yang dimana terjadi penurunan penjualan pada bulan Februari, April, Mei, September, hingga November. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada keputusan pembelian Sparepart Mobil Tokotoki di Shopee, 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 Harga dan Kualitas Produk yang ditawarkan.

Tabel 1.2 Data Pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 Pada Tahun 2023

Bulan	Toko Langsung	Marketplace Shopee
Januari	20	35
Februari	12	36
Maret	11	59
April	8	32
Mei	0	45
Juni	7	53
Juli	10	40
Agustus	17	38
September	15	23
Oktober	0	48
November	9	29
Desember	5	55
Jumlah	114	493
Total	607	

(Sumber: Tokotoki05)



Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pembelian Sparepart Mobil Tokotoki05 pada tahun 2023 yaitu sebanyak 607. Diperoleh Jumlah konsumen yang membeli sparepart mobil tokotoki05 di toko langsung sebanyak 114 dan jumlah konsumen yang membeli sparepart mobil tokotoki05 pada marketplace shopee sebanyak 493. Jadi, dapat diketahui bahwa lebih banyak konsumen yang membeli di marketplace shopee (secara online) dibandingkan dengan membeli secara langsung (offline).

Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Harga

No.	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1.	Apakah harga sparepart mobil yang ditawarkan tokotoki05 di shopee terjangkau?	30	60%	40%
2.	Apakah harga dengan kualitas produk tokotoki05 di shopee ditawarkan dengan jelas?	30	46%	54%
3.	Apakah harga yang di targetkan sesuai dengan manfaat produk yang diberikan?	30	45%	55%
4.	Apakah harga sparepart mobil tokotoki05 di shopee di bawah harga pesaing, sehingga harga sesuai kemampuan?	30	34%	66%

(Sumber : Pra Survey 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 sparepart mobil yang ditawarkan tokotoki05 di shopee terjangkau?” Sebanyak 40% yang menjawab tidak setuju, pada indikator “Apakah harga dengan kualitas produk tokotoki05 di shopee 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 sparepart mobil tokotoki05 di shopee di bawah harga pesaing, sehingga harga sesuai kemampuan?” sebanyak 34% yang menjawab setuju. Dalam hal ini harga pada sparepart mobil tokotoki05 di shopee 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 sparepart mobil tokotoki05 di shopee belum sesuai dengan harapan konsumen.

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 fitur sebanyak 33% yang menjawab setuju, pada indikator keandalan sebanyak 38% yang menjawab setuju, pada indikator kesesuaian dengan spesifikasi mencapai 45% responden yang menjawab setuju, pada indikator daya tahan mencapai 47% , pada indikator pelayanan sebesar 40% yang menjawab setuju, pada indikator estetika mencapai 35%, dan pada indikator persepsi terhadap kualitas sebesar 42% yang menjawab setuju. Dalam hal ini kualitas produk sparepart mobil tokotoki05 di shopee belum maksimal, hal tersebut dilihat berdasarkan jawaban responden yang menjawab “Tidak” lebih mendominasi pada setiap indikator pertanyaan yang diajukan, artinya kualitas produk sparepart mobil tokotoki05 di shopee belum sesuai harapan konsumen.



Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Kualitas Produk

No.	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1.	Menurut anda, apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee memiliki performa yang bagus?	30	43%	57%
2.	Apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee memiliki fitur produk yang berkualitas?	30	33%	67%
3.	Apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee selalu menyajikan kualitas produk yang konsisten untuk setiap pelanggan?	30	38%	62%
4.	Apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan?	30	45%	55%
5.	Apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee sangat terjamin daya tahan produknya?	30	47%	53%
6.	Apakah proses packing dan pengiriman Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee cepat dan tepat waktu?	30	40%	60%
7.	Apakah penyajian tampilan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee sangat menarik?	30	35%	65%
8.	Apakah Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki kualitas yang baik dibanding toko lain?	30	42%	58%

(Sumber : Pra Survey 2024)

Tabel 1.5 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

No.	Indikator Pertanyaan	Jumlah Responden	Hasil	
			Ya	Tidak
1.	Apakah anda membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee karena sesuai dengan spesifikasi yang anda inginkan?	30	60%	40%
2.	Apakah Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee banyak tersedia di toko lain?	30	47%	53%
3.	Apakah Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee menjadi pilihan alternatif yang dipilih?	30	33%	67%
4.	Apakah anda akan tetap membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee dimasa yang akan mendatang?	30	45%	55%
5.	Apakah anda merasa puas setelah menggunakan Sparepart Mobil Tokotoki05 di shopee?	30	40%	60%

(Sumber : Pra Survey 2024)

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat keputusan pembelian sparepart mobil tokotoki05 di shopee yaitu pada indikator pengenalan masalah 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 evaluasi alternatif responden yang menjawab “Tidak” yaitu sebesar 67%. Adapun pada indikator keputusan membeli mendapatkan sebesar 55% yang



menjawab “Tidak” pada indikator perilaku pasca pembelian sebesar 60%. Dengan begitu dapat disimpulkan konsumen belum merasa puas terhadap sparepart mobil yang ditawarkan tokotoki05 di shopee, hal ini tersebut dapat dilihat berdasarkan konsumen yang menjawab “Tidak” lebih mendominasi, ketidakpuasan konsumen pada keputusan pembelian sparepart mobil tokotoki05 di shopee, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu harga dan kualitas produk.

Tabel 1.6 Daftar Perbandingan Harga Sparepart Mobil Tokotoki05, OMC Shop, Salsaman16, dan Tanjung Motor 14 pada Marketplace di Shopee Tahun 2023

No.	Jenis Sparepart	Harga Sparepart Di Tokotoki05	Harga Sparepart Di OMC Shop	Harga Sparepart Di Salsaman16	Tanjung motor 14
1.	Cover Engine Tutup Dek Bawah Limo, Vios	312.500	270.000	265.000	250.000
2.	Liner Fender Spakbor Depan Limo, Vios	600.000	200.000	-	-
3.	Breckket Bemper Depan Yaris	245.000	275.000	-	-
4.	Liner Fender Avanza, Xenia	212.500	170.000	180.000	400.000
5.	Grill Depan Avanza, Xenia	550.000	210.000	-	-

Berdasarkan table 1.6 terlihat bahwa perbandingan harga Sparepart Mobil Tokotoki05, OMC Shop, Salsaman16, dan Sarah Aulia Motor pada Marketplace di Shopee. Dari perbandingan harga di atas menunjukkan bahwa terdapat perbandingan harga yang cukup berbeda dari setiap jenis produk yang dijual oleh keempat toko diatas tersebut. Dimana ada tiga jenis barang yang dijual Tokotoki05 dengan harga yang cukup tinggi dari ketiga pesaing diatas

METODE PENELITIAN

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau nilai keandalan dari instrumen yang digunakan. Menurut Sugiyono (2018: 121) berpendapat bahwa “instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2017:105), berpendapat bahwa “Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”.



c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017:139) berpendapat “uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain”. Menurut Sugiyono (2018:307) “analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)”.

3. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2016: 180) fungsi utama dari analisis korelasi adalah “untuk menentukan seberapa erat hubungan antara variabel satu dengan lainnya”

4. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menentukan apakah suatu hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Harga				
1	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee sesuai dengan kualitas yang diberikan.	0,696	0,212	Valid
2	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee dapat di jangkau oleh siapa saja.	0,699	0,212	Valid
3	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee sesuai dengan produk yang ditawarkan.	0,784	0,212	Valid
4	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee bervariasi sesuai dengan jenis dan kualitas produk yang ditawarkan.	0,685	0,212	Valid
5	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee lebih murah dibandingkan dengan toko lain.	0,672	0,212	Valid
6	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee dapat bersaing di segment pasar yang sama.	0,772	0,212	Valid
7	Harga Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee sudah sesuai dengan manfaat dari masing-masing jenis/tipe.	0,716	0,212	Valid
8	Harga yang ditawarkan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee sesuai dengan harapan pelanggan.	0,714	0,212	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Peneliti, 2024



Berdasarkan pada tabel 4.9 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 8 butir pernyataan pada variabel Harga (X1) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung > r table 0,231, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Kualias Produk				
1	Spesifikasi Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee sudah sesuai dengan preferensi pelanggan.	0,593	0,212	Valid
2	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki performa yang bagus.	0,688	0,212	Valid
3	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki fitur produk yang berkualitas.	0,743	0,212	Valid
4	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki fitur produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.	0,617	0,212	Valid
5	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki produk andalan untuk menarik loyalitas pelanggan.	0,615	0,212	Valid
6	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee selalu menyajikan kualitas produk yang konsisten untuk setiap pelanggan.	0,588	0,212	Valid
7	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan.	0,626	0,212	Valid
8	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee menawarkan berbagai jenis sparepart kepada pelanggan yang terjamin kualitasnya.	0,630	0,212	Valid
9	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki di Shopee sangat terjamin daya tahan produknya.	0,657	0,212	Valid
10	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki kualitas yang baik.	0,526	0,212	Valid
11	Proses packing dan pengiriman Sparepart Mobil cepat dan tepat waktu.	0,473	0,212	Valid
12	Penanganan keluhan di respon dengan cepat oleh Tokotoki05.	0,342	0,212	Valid
13	Sparepart Mobil Tokotoki05 yang akan dikirim, dikemas secara rapih dan aman.	0,516	0,212	Valid
14	Penyajian tampilan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee sangat menarik.	0,366	0,212	Valid
15	Konsumen tertarik pada Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki karena memiliki kualitas yang baik.	0,487	0,212	Valid
16	Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee memiliki kualitas yang baik dibanding toko lain.	0,482	0,212	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.10 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 16 butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X2) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung > r table 0,231, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.



Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Keputusan Pembelian				
1	Saya membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee karena sesuai dengan kebutuhan saya.	0,541	0,212	Valid
2	Saya membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee karena sesuai dengan spesifikasi yang saya inginkan.	0,645	0,212	Valid
3	Saya membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee karena informasi dari teman saya.	0,625	0,212	Valid
4	Pembelian Sparepart Mobil yang dijual Tokotoki05 di Shopee banyak tersedia di toko lain.	0,429	0,212	Valid
5	Konsumen membandingkan Sparepart Mobil Tokotoki05 dengan Toko lain di Shopee.	0,562	0,212	Valid
6	Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee menjadi pilihan alternatif yang dipilih.	0,582	0,212	Valid
7	Saya akan tetap membeli Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee dimasa yang akan mendatang.	0,446	0,212	Valid
8	Saya ingin membeli lagi Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee.	0,628	0,212	Valid
9	Saya akan merekomendasikan Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee kepada orang lain.	0,462	0,212	Valid
10	Saya merasa puas setelah menggunakan Sparepart Mobil Tokotoki05.	0,558	0,212	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.11 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 10 butir pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung > r table 0,231, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8

Sumber: output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 diatas di dapat informasi bahwa pada variabel Harga (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,864. Maka variabel Harga (X1) dinyatakan reliabel karena > 0,60.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	16

Sumber: output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas di dapat informasi bahwa pada variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,852. Maka variabel Kualitas Produk (X2) dinyatakan reliabel karena > 0,60,



Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	10

Sumber: output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 diatas di dapat informasi bahwa pada variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,734. Maka variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel karena > 0,60.

3. Uji Normalitas

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolomogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37204683
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.086
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: output SPSS 26, 2024

Berdasarkan pengujian diatas, diperoleh nilai signifikasinya dengan Kolomogorov – Smirnov Test adalah $\alpha = 0,010$ dimana tersebut lebih besar dari nilai 0,05. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a													
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
		1	(Constant)	13.409	2.708		4.951	.000	8.022	18.795			
	Harga	-.154	.100	-.195	-1.546	.126	-.352	.044	.566	-.167	-.109	.314	3.188
	Kualitas Produk	.502	.069	.919	7.273	.000	.364	.639	.757	.624	.514	.314	3.188

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: output SPSS 26, 2024



Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel harga (X1) dan variabel kualitas produk (X2) adalah $3,188 < 10$ dan nilai tolerance value $0,314 > 0,1$ maka variabel harga dan kualitas produk tidak terjadi gejala multikolinearitas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17
Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.223	1.649		4.381	.000
	Harga	-.116	.061	-.339	-1.908	.060
	Kualitas Produk	-.023	.042	-.097	-.544	.588

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.17 di atas, glejser test model pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,060 dan Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,588 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskesdastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

6. Uji Autokorelasi

Tabel 4.19
Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.765 ^a	.585	.575	2.40046	1.778	

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

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.19 di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,778 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460.

7. Uji Analisis Regresi

Tabel 4.20
Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27.406	2.423		11.309	.000
	Harga	.446	.071	.566	6.287	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Sumber: Output SPSS 26, 2024



Nilai konstanta persamaan di atas sebesar 27,406 menyatakan bahwa tanpa harga maka keputusan pembelian tetap akan terbentuk sebesar 27,406 atau jika nilai harga = 0, maka keputusan pembelian tetap memiliki nilai sebesar 27,406.

Variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,446. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan satuan-satuan dengan asumsi variabel harga, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,446

Tabel 4.21
Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.239	2.676		5.321	.000
	Kualitas Produk	.413	.039	.757	10.611	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Nilai konstanta persamaan di atas sebesar 14,239 menyatakan bahwa tanpa kualitas produk maka keputusan pembelian tetap akan terbentuk sebesar 14,239 atau jika nilai kualitas produk = 0, maka keputusan pembelian tetap memiliki nilai sebesar 14,239.

Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,413. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan satuan-satuan dengan asumsi variabel kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,413

Tabel 4.22
Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.409	2.708		4.951	.000
	Harga	.154	.100	-.195	-1.546	.126
	Kualitas Produk	.502	.069	.919	7.273	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Nilai konstanta sebesar 13,409 diartikan jika variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 13,409 satuan.

Nilai 0,154 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X2), maka setiap perubahan 1 (satu) satuan pada variabel harga (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,154 satuan.

Nilai 0,502 dapat diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X1), maka setiap perubahan 1 (satu) satuan pada variabel kualitas produk (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,502 satuan.t.



8. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.24
Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial antara Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations			
		Keputusan Pembelian	Harga
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.566
	Harga	.566	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000
	Harga	.000	.
N	Keputusan Pembelian	86	86
	Harga	86	86

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,566 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang atau cukup kuat jika berdasarkan pada interval nilai koefisien korelasi yaitu berada pada skala 0,40 - 0,599

Tabel 4.25
Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial antara Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations			
		Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.757
	Kualitas Produk	.757	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000
	Kualitas Produk	.000	.
N	Keputusan Pembelian	86	86
	Kualitas Produk	86	86

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,757 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat berdasarkan pada interval nilai koefisien korelasi yaitu berada pada skala 0,60 - 0,799.

Tabel 4.26
Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.765 ^a	.585	.575	2.400	.585	58.419	2	83	.000

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

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan pengujian tabel 4.26 diatas, diperoleh nilai r (koefisien korelasi) sebesar 0,765 artinya variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki hubungan yang kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan pada interval nilai koefisien korelasi yaitu berada pada skala 0,60 - 0,799.



9. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.27
Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.320	.312	3.05319
a. Predictors: (Constant), Harga				

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.27 diatas, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,320. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 32,0%, sedangkan sisanya 68% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.28
Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.568	2.42024
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.28 diatas, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,573. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 57,3%, sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tabel 4.29
Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Variabel Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.575	2.40046
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga				

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.29 diatas, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,585. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 58,5%, sedangkan sisanya 41,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



10. Uji Hipotesis

Tabel 4.30
Hasil Uji t Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27.406	2.423		11.309	.000
	Harga	.446	.071	.566	6.287	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.30 diatas diketahui bahwa nilai thitung > ttabel atau (6,287 > 1,988) dengan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variable harga terhadap keputusan pembelian

Tabel 4.31
Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.239	2.676		5.321	.000
	Kualitas Produk	.413	.039	.757	10.611	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.31 diatas diketahui bahwa nilai thitung > ttabel atau (10,611 > 1,988) dengan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee

Tabel 4.32
Hasil Hipotesis (Uji F) Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	673.238	2	336.619	58.419	.000 ^b
	Residual	478.262	83	5.762		
	Total	1151.500	85			

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

Sumber : Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.32 diatas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (58,419 > 3,11), hal ini juga diperkuat dengan ρ value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Sparepart Mobil Tokotoki05 di Shopee.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sparepart Mobil Tokotoki05 Di Shopee Pondok Aren Tangerang Selatan. Berikut beberapa kesimpulannya, yaitu :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sparepart Mobil Tokotoki05 Di Shopee, Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier sederhana $Y = 27,406 + 0,446 X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,566 Sedang (Cukup Kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 32,0% . Nilai thitung 6,287 > ttabel 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sparepart Mobil Tokotoki05 Di Shopee, Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier sederhana $Y = 14,239 + 0,413 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,757 (Kuat) Nilai koefisien determinasi sebesar 57,3%. Nilai thitung 10,611 > ttabel 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sparepart Mobil Tokotoki05 Di Shopee, Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier berganda $Y = 13,409 + 0,154 X_1 + 0,502 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,765 (Kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 58,5% . Nilai Fhitung 58,419 > Ftabel 3,11 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, M. (2015). Dampak autokorelasi dalam analisis regresi: Implikasi dan solusi. *Jurnal Ekonomi dan Statistika*, 12(3), 87-96.
- Amin, T. H., & Ria, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAN ACCELERA DI TOKO BAN TEELU-R CIMANGGU BOGOR. *JURISMATA*, 4(1), 73-84.
- Arifani, P. P. I., & Fadhillah, I. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RCB PADA KOMUNITAS PROSTREET SURABAYA. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(10), 191-204.
- Batubara, R., Sari, D., & Kanuk, L. (2022). Analisis keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 1320-1340.
- Dara, A. (2020). Tujuan penetapan harga dalam strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 78-85.
- Dewi, R., Andika, F., & Sari, L. (2020). Analisis penetapan harga dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(4), 1090-1100.
- Dwinanda, R., & Nur, M. (2020). Penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Perusahaan XYZ. *Jurnal Pemasaran*, 15(2), 120-130.
- Ghozali, I. (2017). Uji normalitas dalam analisis data: Metode Kolmogorov-Smirnov. *Jurnal Statistika dan Metodologi Penelitian*, 15(3), 160-170.
- Hakim, A., & Saragih, B. (2019). Analisis kualitas produk dalam konteks pemasaran. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 11(1), 25-35.
- Harahap, R., & Harianto, H. (2023). PERANAN KUALITAS PRODUK, PELAYANAN SERTA BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. ASTRA



- INTERNATIONAL DAIHATSU. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(1), 457-467.
- Hasanudin, H. (2018). Pengertian produk dalam konteks pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 250-265.
- Kurniawaty, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Kawasaki Pada Yon Kawasaki Part di Kota Jakarta Barat. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 589-599.
- Imiyah, D., & Krishernawan, A. (2020). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 9(2), 90-100.
- Malian, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 57-70.
- Marpaung, R., Sari, D., & Yanto, A. (2021). Pentingnya kualitas produk dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 50-60.
- Pane, A. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 10(2), 15-25.
- Pane, H. (2018). Definisi produk dalam pemasaran. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(2), 85-100.
- Putro, S. B. D., & Budiarti, A. (2018). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPAREPART DI SAT MOTORSHOP SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Rahayu, S. (2021). Konsep kualitas produk dalam pemasaran. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(2), 10-20.
- Ristanto, D. (2021). Pemahaman kualitas produk dalam pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 50-60.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(2), 320-328.
- Santoso, S. (2015). Model regresi dalam peramalan: Kriteria dan evaluasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(4), 340-350.
- Sugiyono, S. (2018). Reliabilitas instrumen penelitian: Pengertian dan pentingnya. *Jurnal Metode Penelitian*, 16(2), 120-128.
- Supriyatna, W., Rachmawan, A., & Zakaria, Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat. *Jurnal Semarak*, 4(2), 31.
- Susilo, P. K. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sparepart Motor Suzuki pada Online Shop Tokopedia. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2).
- Winarto, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Produk Spare Parts Toyota terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Aneka Dunia Parts di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 7(3), 479-490