



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUJAK CIRENG KARYABERRA
PONDOK PETIR**

***THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE
DECISION ON RUJAK CIRENG KARYABERRA PONDOK PETIR***

Dwi Putra^{1*}, Mahnun Mas'adi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : dwiputra0382@gmail.com¹ *, dosen01017@unpam.ac.id²

Article history :

Received : 30-01-2025

Revised : 01-02-2025

Accepted : 03-02-2025

Published: 05-02-2025

Abstract

The purpose of this study is to determine the partial effect of Price on Purchasing Decisions at the Karyaberra Cireng Fruit Shop in Pondok Petir, Depok City. To determine the partial effect of Product Quality on Purchasing Decisions at the Karyaberra Cireng Fruit Shop in Pondok Petir, Depok City. To determine the effect of Price and Product Quality simultaneously on Purchasing Decisions at the Karyaberra Cireng Fruit Shop in Pondok Petir, Depok City. This research method uses a quantitative description method, data collection techniques using questionnaires. The population is 2,822 consumers, sampling can use the slovin formula with a level of 10%, so the sample is 97 consumers. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, multiple correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing, the results of the price variable t test (X1) with a t count of 5.280 and a significance of 0.000. Because t count is greater than t table (5.280 > 1.985) and significance can be stated that price (X1) has a significant effect on Purchasing Decisions (Y). Based on the results of the t-test calculation of the Product Quality variable (X2) with a t count of 6.756 and a significance of 0.000. Because t count is greater than t table (6.756 > 1.985) and the significance can be stated that Product Quality (X2) has a significant effect on Purchasing Decisions (Y). Based on the results above, namely the ANOVA test, the F count value is 73.097 while F table (0.05) for n = 94 is 2.70. So F count > from F table (0.05) or 73.097 > 2.70, with a significance level of 0.000 because 0.000 < 0.05, it can be said that Price (X1), Product Quality (X2) and together have an effect on Purchasing Decisions (Y).

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Toko Rujak Cireng Karyaberra di Pondok Petir Kota Depok. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Toko Rujak Cireng Karyaberra di Pondok Petir Kota Depok. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Toko Rujak Cireng Karyaberra di Pondok Petir Kota Depok. Metode penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Populasinya adalah 2.822 konsumen, pengambilan sampel dapat menggunakan rumus slovin dengan taraf 10%, maka sampel adalah berjumlah 97 konsumen. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien korelasi ganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis, hasil perhitungan uji t variabel harga (X1) dengan thitung sebesar 5,280 dan signifikansi



sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,280 > 1.985$) dan signifikansi dapat dinyatakan bahwa harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan uji t variabel Kualitas produk (X2) dengan t_{hitung} sebesar 6,756 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,756 > 1.985$) dan signifikansi dapat dinyatakan bahwa Kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 73.097 sedangkan Ftabel ($\alpha 0,05$) untuk $n = 94$ sebesar 2.70. Jadi Fhitung $>$ dari Ftabel ($\alpha 0,05$) atau $73.097 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Harga, Kualtias Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Sektor UMKM menjadi salah satu sektor andalan dalam menciptakan lapangan kerja dan menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, masih banyak UMKM yang belum mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pemberdayaan SDM di sektor UMKM. Kota Depok merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata dan UMKM. Produk-produk UMKM yang dijual oleh para pelaku UMKM Kota Depok meliputi pada sektor kuliner, fashion, dan kerajinan tangan. Potensi keberlangsungan sektor UMKM di Kota Depok, dapat ditinjau dari data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Prov. Jawa Barat bahwa jumlah UMKM di Kota Depok mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, jumlah UMKM mencapai 183.104 unit mengalami peningkatan pada tahun 2021, sebanyak 194.433 unit. Pada tahun 2020 unit UMKM mencapai 206.463 dan meningkat signifikan pada tahun 2021 yakni sebanyak 219.238 unit Di Kota Depok sektor UMKM didominasi oleh sektor UMKM berjenis kuliner dengan berbahan dasar produksi buah belimbing sebagai ikon Kota Depok

Tabel 1.1
UMKM Kota Depok 2022-2021

No	Tahun	Unit
1	2022	183.104 unit
2	2021	194.433 unit
3	2020	206.463 unit
4	2021	219.238 unit

Sumber : Internet, 2024

Faktor berkembang erasekarang dan salah satu yang dimunculkan oleh para pemilik industri makanan siap olah pada saat ini sudah cukup populer didunia bahkan wilayah Indonesia. Tidak heran jika banyak sekali terdapat perodusen makanan siap saji yang bertebaran, mulai dari kelas UKM (Usaha Kecil serta Menengah) hingga kelas industri. Meningkatkan persaingan menyebabkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang makanan siap olah saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan konsumen ditambah lagi dengan meningkat nya makanan ringan atau makanan cemilan sejak tahun 2020, menyebabkan makanan siap olah mudah untuk menjual barbagai barang yang di perdagangkan dengan kualitas produk yg lebih jauh lebih baik, khusus pada makanan siap olah oleh karna itu agar tetap dapat bersaing dengan kualitas barang nya dan memberikan harga yang terjangkau demi tercapainya keputusan pembelian terhadap produk yang dijual



Tabel 1.2
Perbandingan Harga

No	Nama Produk	Harga Rujak Cireng Karyabbera	Harga Cireng Crispy Shaza
1	Cireng Original	Rp.15.000	Rp.10.000
2	Cireng Keju	Rp.20.000	Rp.15.000
3	Cireng Ayam	Rp. 16.000	Rp. 12.000
4	Cireng Bakso Pedas	Rp. 17.500	Rp. 15.000
5	Cireng Kornet	Rp. 15.500	Rp. 12.000

Sumber : Rujak Cireng Karyabbera dan Cireng Crispy Shaza (2024)

Berdasarkan table 1.1 diatas dapat dipahami darisekian banyak item yang ada di rujak cireng karyabbera dan cireng crispy shaza perbandingan harga pada toko rujak cireng karyabbera lebih mahal dibandingkan di cireng crispy shaza, contoh nya dapat di liat dari harga cireng di toko rujak cireng karyabbera yang tertera diatas sedangkan harga pada toko cireng rujak crispy shaza lebih terjangkau dari toko rujak cireng karyabbera sehingga konsumen lebih tertarik dengan harga yang lebih terjangkau tersebut.

Tabel 1.3
Keluhan Konsumen RUJAK CIRENG KARYABERRA

No	Indikator	Keluhan	Jumlah		
			2021	2022	2023
1	Kinerja	Produk cacat dan sering terbuka	7	9	11
		Produk tidak sesuai ukuran	5	7	8
2	Ciri-cira produk	Produk tidak sesuai ciri-ciri deskripsi deskripsi took	7	9	9
		Produk kurang menarik	4	5	8
3	Keandalan	Keandalan produk kurang baik	7	9	12
		Produk tidak tahan lama	5	6	9
4	Ketepatan /kesesuaian	Produk pesanan yang di kirim teralu lama	7	6	8
		Produk tidak sesuai pesanan	5	5	9
5	Ketahanan	Produk muda basi	6	5	7
		Expried produk terlalu cepat	5	9	13
6	Kemampuan melayani	Pelayanan terlalu lama dan tidak sopan	4	6	9
7	Estetika	Produk tidak elegan	4	6	10
No	Indikator	Keluhan	Jumlah		
			2021	2022	2023
		Produk jelek dan rusak	5	6	9
8	Persepsi	Produk biasa saja	4	4	7
		Tidak puas denngan produk	5	5	7
Total			80	97	136

Sumber: Rujak Cireng Karyabbera (2024)

Bedasarkan tabel 1.2 dari data keluhan konsumen terhadap kualitas produk diatas yang telah dilakukan konsumen toko rujak cireng karyabbera, pada tabel dapat kita lihat dari pernyataan-pernyataan pada keluhan konsumen terhadap kualitas produk pada tahun 2021 sebanyak 80 yang menyatakan keluhan terhadap kualitas konsumen, pasda 2022 naik lagi sebanyak 97 konsumen yang menyatakan keluhan terhadap kualitas konsumen pada tahun 2023 terus meningkat menjadi 136 keluhan. sehingga konsumen tidak sesuai dengan kriteria dan deskripsi produk pada toko rujak cireng karyabbera. keluhan konsumen pada produk menjadi patokan pada toko rujak cireng karyabbera untuk meningkatkan kualitas produk pada toko rujak cireng karyabbera.



Tabel 1.4
Data Penjualan Tahun 2021 - 2023

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase
1	2021	3.367	20.000	16.972	84,86%
2	2022	3.016	20.000	15.019	75,10%
3	2023	2.822	20.000	13.870	69,35%

Sumber: Rujak Cireng Karyaberra (2024)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas menjelaskan bahwa Realisasi penjualan selama periode 2020-2022 tidak pernah mencapai target penjualan hal tersebut dapat di lihat dari tahun ke tahun mengalami penurunan dari tahun 2020 dengan target 20.000 dengan realialisasi yang tercapai hanya mencapai 16.972 penjualan dengan presentase 90,71% selanjut nya pada tahun 2021 dengan target penjualan bertahan di 20.000 dengan realialisasi yang tercapai hanya 15.019 dengan presentase 64,75% dan 2022 dengan target penjualan 20.000 dengan realialisasi 13.870 dengan presentase 58,82% penurunan terjadi karena keadaan di Indonesia yang membuat perekonomian di Indonesia menurun, bukan hanya pada toko rujak cireng karyaberra penurunan penjualan terjadi tetapi juga terjadi pada toko-toko lain bahkan juga terjadi pada perusahaan kecil maupun besar.

METODE PENELITIAN

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untk menguji apakah instrument yang digunakan valid. Hal ini berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur. Hasil instrument disebut valid jika data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti..

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan pada suatu bahwa seseuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2022: 154) tujuan dari uji normalitas adalah bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Ada banyak cara untuk menguji normalitas, antara lain dapat dilihat dengan salah satu cara yaitu, dengan melihat kurva normal P-Plot

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2022: 103) "Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas".



c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas di gunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

3. Uji Regresi Linier

Sugiyono (2017:270) mengemukakan bahwa analisis regresi digunakan oleh peneliti bila ingin mengetahui bagaimana variable dependen atau kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau predictor secara individual. Menurut Arifin (2021:156), pada regresi berganda terdapat satu variabel tergantung dan dua atau lebih variabel bebas.

4. Uji Korelasi

Untuk mengetahui seberapa kuat tingkat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dan arah korelasi yang terjadi maka dilakukan analisis korelasi.

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

6. Uji Hipotesis

Uji t adalah untuk menguji apakah setiap koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian Hipotesis menggunakan uji F yang digunakan untuk mengetahui bahwa variabel bebas secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_i)

No. Butir Instrumen	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel} n = 95	Keterangan
1	0.568**	0.199	Valid
2	0.724**	0.199	Valid
3	0.641**	0.199	Valid
4	0.872**	0.199	Valid
5	0.272**	0.199	Valid
6	0.420**	0.199	Valid
7	0.558**	0.199	Valid
8	0.868**	0.199	Valid
9	0.725**	0.199	Valid
10	0.857**	0.199	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024



Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing- masing pernyataan pada variabel Harga (X_1) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 95$ yaitu 0.199.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

No. Butir Instrumen	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} $n = 95$	Keterangan
1	0.834**	0.199	Valid
2	0.843**	0.199	Valid
3	0.913**	0.199	Valid
4	0.870**	0.199	Valid
5	0.885**	0.199	Valid
6	0.909**	0.199	Valid
7	0.887**	0.199	Valid
8	0.917**	0.199	Valid
9	0.637**	0.199	Valid
10	0.555**	0.199	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan variabel Kualitas Produk (X_2) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 95$ yaitu 0.199.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Butir Instrumen	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} $n = 95$	Keterangan
1	0.729**	0.199	Valid
2	0.662**	0.199	Valid
3	0.840**	0.199	Valid
4	0.733**	0.199	Valid
5	0.732**	0.199	Valid
6	0.854**	0.199	Valid
7	0.817**	0.199	Valid
8	0.760**	0.199	Valid
9	0.591**	0.199	Valid
10	0.729**	0.199	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 95$ yaitu 0.199.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Croncbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga (X_1)	0,863	> 0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X_2)	0,949	> 0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,905	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS 26, 2024



Berdasarkan data diatas, koefisien alpha (r) hitung dengan semua variabel terlihat lebih besar dari kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,60. Maka dari itu, dapat dilihat bahwa semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas atau kehandalan dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang handal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.200 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.91436309
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.065
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.513	2.316		5.834	.000		
	Harga (X1)	.379	.072	.394	5.280	.000	.748	1.337
	Kualitas Produk (X2)	.377	.056	.504	6.756	.000	.748	1.337

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel independen tidak memiliki nilai yang lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

c. Uji Autokolerasi

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.780 ^a	.609	.600	4.96637	1.963

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

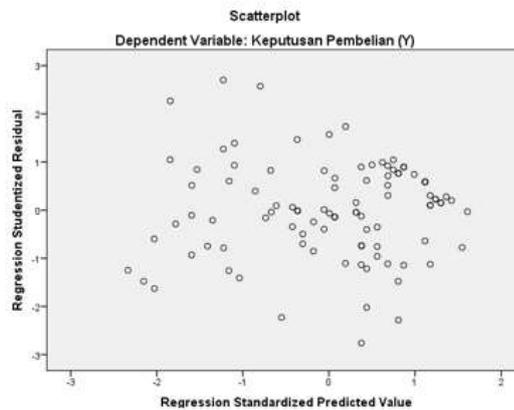
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024



Berdasarkan tabel di atas terdapat nilai Durbin-Watson = 1.963. Pada taraf signifikan 5% dengan $(N-2)$ $N = 95$, $k = 2$ diperoleh $dL = 1.623$ dan $dU = 1.709$, maka $4 - dU = 2,291$. Karena nilai $DW = 1.963$, berada pada $dU < d < 4-dU$ yaitu $1,709 < 1.963 < 2,291$, maka dapat disimpulkan Tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Regresi Linier

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi Linier Berganda X_1 dan $X_2 - Y$
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.513	2.316		5.834	.000
	Harga (X1)	.379	.072	.394	5.280	.000
	Kualitas Produk (X2)	.377	.056	.504	6.756	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Nilai Konstanta $a = 13.513$ dapat diartikan bahwa jika Harga dan Kualitas Produk bernilai nol maka Keputusan Pembelian bernilai positif sebesar 13.513

Koefesien regresi Harga $b_1 = 0.279$ dapat diartikan bahwa jika nilai Harga meningkat sebesar satu maka nilai Keputusan Pembelian juga akan meningkat sebesar 0.379

Koefesien regresi Kualitas Produk $b_2 = 0.377$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas Produk meningkat sebesar satu maka nilai Keputusan Pembelian juga akan meningkat sebesar 0.377.



4. Uji Korelasi

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Korelasi X₁ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.419	.412	6.02130

a. Predictors: (Constant), Harga (X₁)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X₁) sebesar 0,647, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Harga (X₁) secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Korelasi X₂ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.487	5.62518

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₂)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Produk (X₂) sebesar 0,702, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X₂) secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Korelasi X₁ dan X₂ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.600	4.96637

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₂), Harga (X₁)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) sebesar 0,780, masuk pada interval 0,750 - 0,990 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Harga (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.



5. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi X₁ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.419	.412	6.02130

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.419. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 41.9% Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 58.1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi X₂ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.487	5.62518

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.493. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 49.3% Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 50.7% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.20
Hasil Koefisien Determinasi X₁ dan X₂ - Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.600	4.96637

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.609, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 60.9% variabel Harga (X1), variabel Kualitas Produk (X2) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan sisanya sebesar 39.1% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



6. Uji Hipotesis

Tabel 4.24
Hasil Uji Regresi X_1 dan X_2 : Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	13.513	2.316		5.834	13.513
	Harga (X1)	.379	.072	.394	5.280	.379
	Kualitas Produk (X2)	.377	.056	.504	6.756	.377

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Harga (X1) dengan thitung sebesar 5,280 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (5,280 > 1.985) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Produk (X2) dengan thitung sebesar 6,756 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (6,756 > 1.985) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.25
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3605.837	2	1802.919	73.097	.000 ^b
	Residual	2318.493	94	24.665		
	Total	5924.330	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26), 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 73.097 sedangkan Ftabel (α 0,05) untuk n = 94 sebesar 2.70. Jadi Fhitung > dari Ftabel (α 0,05) atau 73.097 > 2.70, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena 0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil nilai penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disimpulkan bahwa Analisis regresi linier sederhana $Y = 19,356 + 0,623 X_1$ seibeisar 0,647 artinya keidua variabel meimpunyai huibungan yang kuat. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X1) sebesar 0,647, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa memiliki tingkat hubungan yang kuat. Peingaruih harga (X1) teirhadap keputusan pembelian (Y) seibeisar 0,419 ataiui 41,9%, dan sisanya 58,1%. Hasil Uji hipoteisis didapatkan nilai positif t hituing > t tabeil ataiui (5,280 > 1.985). Hal ini dituinjuikkan deingan signifikansi 0,000 < 0,05 oleh kareina itui Ho ditolak dan H1 diteirima. Rujuk Cireng



Karyaberra di Pondok Petir meunjukkan huibungan yang kuat antara harga dan keputusan pembelian.

2. Disimpulkan bahwa Analisis regresi linier sederhana $Y = 20,756 + 0,524 X_2$ seibeisar 0,702 artinya keidua variabel meimpunyai huibungan yang kuat. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,702, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa memiliki tingkat hubungan yang kuat. Peengaruh kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) seibeisar 0,493 atau 49,3%, dan sisanya sebesar 50,7%. Hasil Uji hipoteisis didapatkan nilai positif t hitung $>$ t tabel atau ($6,756 > 1.985$). Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diteirima. Rujuk Cireng Karyaberra di Pondok Petir meunjukkan huibungan yang kuat antara kualitas produk dan keputusan pembelian.
3. Disimpulkan bahwa Analisis regresi linier berganda $Y = 13,513 + 0,379 X_1 + 0,377 X_2$ Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,780, masuk pada interval 0,750 - 0,990 artinya bahwa memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.609, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 60.9% variabel Harga (X_1), variabel Kualitas Produk (X_2) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan sisanya sebesar 39.1% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 73.097 sedangkan Ftabel (α 0,05) untuk $n = 94$ sebesar 2.70. Jadi Fhitung $>$ dari Ftabel (α 0,05) atau $73.097 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diteirima. Rujuk Cireng Karyaberra di Pondok Petir meunjukkan huibungan yang kuat antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. (2023). Dasar-Dasar Konsep Biaya & Pengembangan Keputusan.
- Amrullah, A. d. (2020). Pengaruh Kualitas Produk .
- Armstrong, K. d. (2022). Prinsip-prinsip marketing edisi ke tujuh . jakarta: salemba empat.
- Assauri, S. (2020). Manajemen Pemasaran . Jakarta: CV Rajawali.
- Buchari, A. (2020). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan. Surakarta: AE Permana.
- Fatimah, H. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shoppy).
- Gandung, M. S. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Surya Gantra Mas Telkomsel Lumajang. Jurnal Arastirma Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Unpam.
- Hasibuan, M. S. (2022). Manajemen sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.



Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, P. K. (2020). Marketing Managemen . Pearson Education,Inc.

Malau, H. (2021). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : CV. Alfabeta.

Nurhayati, S. (2021). Pengaruh Harga dan Citra merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Yogyakarta. Yogyakarta.

Panjaitan, R. (2022). Manajemen Pemasaran . Semarang: Sukarno Pressindo. Priansa, D. (2022). Perencanaan & Pengembangan SDM. Bnadung : Alfabeta.

Rizal, A. (2020). Buku ajar di Era Masyarakat Industri . Yogyakarta : CV Budi Utama.

Septiano, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Mahasiswa S1 Akuntansi Padang. Inovasi Penelitian.

Smith, T. G. (2020). Prinsip Prinsip Manajemen . Yogyakarta : BPFE. Sucahyowati, S. M. (2021). Pengantar Manajemen.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, . Bandung : Alfabeta. Tjiptono. (2020). service, quality & Satisfaction. Yogyakarta : Andi.

Wijaya, T. (2022). Manajemen Kualitas Data. Jakarta : PT. Indeks