



## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AGEN TOKO MAMAN CIPUTAT TANGERANG SELATAN**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT MAMAN CIPUTAT STORE AGENTS, SOUTH TANGERANG***

**Yoga Firmansyah<sup>1</sup>, Agus Sudarsono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : [Yogaul183@gmail.com](mailto:Yogaul183@gmail.com) <sup>1</sup>\*, [dosen02473@unpam.ac.id](mailto:dosen02473@unpam.ac.id) <sup>2</sup>

#### Article history :

Received : 16-02-2025

Revised : 18-02-2025

Accepted : 20-02-2025

Published: 23-02-2025

#### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions at Toko Maman Ciputat agents. The method used is quantitative descriptive method. The sampling technique used is probability sampling technique with simple random sampling using a sample of 100 respondents. Data analysis using quantitative analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this study are Product Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 11.271 + 0.736X_1$ , the correlation coefficient value of 0.776 means that the two variables have a strong relationship and the results of the hypothesis test obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(12.183 > 1.984)$ , Price has a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 12.020 + 0,726X_2$  the correlation coefficient value is 0.816, meaning that the two variables have a very strong relationship and the results of the hypothesis test obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(13.950 > 1.984)$ , Product Quality and Price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 8.331 + 0.339X_1 + 0.478X_2$  with a coefficient of determination of 71.5% while the remaining 28.5% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained the value of  $f_{count} > f_{tabel}$  or  $(121.804 > 3.09)$  thus  $H_3$  is accepted and  $H_0$  is rejected. This means that simultaneously Product Quality and Price have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Maman Ciputat Shop Agents.*

**Keywords:** *The Quality of the Product, Price, Purchase Decision*

#### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Agen Toko Maman Ciputat. Metode yang digunakan adalah Metode Deskriptif kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling* menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 11,271 + 0,736X_1$ , nilai koefisien korelasi sebesar 0,776 artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat dan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(12,183 > 1,984)$ , Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 12,020 + 0,726X_2$  nilai koefisien korelasi sebesar 0,816 artinya kedua variabel memiliki hubungan yang sangat kuat dan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(13,950 > 1,984)$ , Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 8,331 + 0,339X_1 + 0,478X_2$  dengan koefisien determinasi sebesar 71,5% sedangkan sisanya 28,5% dipengaruhi



oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $(121,804 > 3,09)$  dengan demikian  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Agen Toko Maman Ciputat

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan pembelian**

## PENDAHULUAN

Keputusan pembelian menjadi faktor yang sangat penting sebagai penentu eksistensi suatu perusahaan, agar suatu perusahaan dapat terus eksis jika rangsangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk dari suatu pasar mendapat respon yang positif. Dengan ini perusahaan perlu mengetahui akan kebutuhan yang diperlukan konsumen untuk melakukan proses pembelian.

Menurut Grewal (2021:34) menjelaskan keputusan pembelian sebagai hasil dari proses evaluasi konsumen, di mana konsumen memilih merek, produk, atau jasa tertentu yang memenuhi kebutuhan dan memaksimalkan kepuasan mereka. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti preferensi, keadaan ekonomi, budaya, dan pengaruh sosial.

Dalam pemikiran konsumen, jika suatu produk sudah terkenal dan diminati banyak orang, maka secara otomatis tingkat kualitasnya juga bagus untuk digunakan. Dalam kualitas produk - produk yang dihasilkan memiliki tingkat kemampuan untuk memuaskan kebutuhan manusia baik terkait maupun tidak terkait. Toko Maman dengan jumlah transaksi tahunan dapat dilihat bahwa Kualitas Produk yang di pasarkan mempunyai kualitas yang baik dengan data yang disajikan ini dapat dilihat bahwa keputusan pembelian pada Toko Maman ini menjual produk - produk yang berkualitas baik. Berikut data jumlah transaksi di Agen Toko Maman pada Periode Tahun 2021 – 2023.

**Tabel 1.1**  
Jumlah Transaksi di Agen Toko Maman Tangerang Selatan pada Tahun 2021 - 2023

| Tahun | Penjualan (Rp)     |                    | Pencapaian (%) | Jumlah Konsumen |
|-------|--------------------|--------------------|----------------|-----------------|
|       | Target (Rp)        | Realisasi (Rp)     |                |                 |
| 2021  | Rp. 60.000.000.000 | Rp. 50.750.000.000 | 84%            | 25.178          |
| 2022  | Rp. 60.000.000.000 | Rp. 55.760.000.000 | 97%            | 30.197          |
| 2023  | Rp. 65.000.000.000 | Rp. 47.670.000.000 | 73%            | 20.589          |
|       | Jumlah             |                    |                | 75.964          |

Sumber : Data Transaksi Buku Toko Maman 2021-2023

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, merupakan data Transaksi Pembelian pada Agen Toko Maman kurun waktu 3 tahun yakni dari tahun 2021- tahun 2023 yang mengalami fluktuatif penjualan.

**Tabel 1.2**  
Data Kualitas Produk Pada Agen Toko Maman Tangerang Selatan Tahun 2023

| Indikator                                           | Produk          | Kondisi Ideal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Kondisi Riil                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kemampuan Fisik (Tangibles) Keandalan (Reliability) | Mie Instan      | Mie Instan memiliki kemasan menarik dengan gambar mengunggah selera, tekstur mie khas, variasi rasa dan kemasan yang beragam, serta label jelas mengenai tanggal kedaluwarsa.                                                                                                                                                                                     | Mie Instan dengan kemasan yang mudah rusak, dan Mie nya yang mudah hancur jika terjatuh atau tertindih, warna yang mudah pudar serta tanggal kedaluwarsa yang mudah hilang. |
| Kemampuan Fisik (Tangibles) Keandalan (Reliability) | Minuman Bersoda | Minuman ringan berkarbonasi ini memiliki warna hitam pekat yang mengunggah selera dan hadir dalam kemasan botol atau kaleng yang elegan. Dengan rasa cola klasik yang khas.                                                                                                                                                                                       | Kandungan gula yang sangat tinggi, serta kemasan yang kurang menarik, dan juga lebih banyak dampak negatif jika kemasan mengancamnya.                                       |
| Kemampuan Fisik (Tangibles) Keandalan (Reliability) | Kopi Hitam      | Kopi Hitam dengan kemasan menarik hingga kualitas konsisten yang dapat diandalkan. Mereka responsif terhadap perubahan pasar.                                                                                                                                                                                                                                     | Kemasan yang mudah rusak atau bocor tidak mampu menjaga kesegaran kopi dapat menurunkan kualitas produk, material atau bahan plastic yang susah untuk di daur ulang.        |
| Kemampuan Fisik (Tangibles) Keandalan (Reliability) | Teh Hijau Botol | Teh Hijau Botol ini memiliki kemasan menarik dan praktis dengan beragam ukuran kemasan. Merek ini konsisten dalam kualitas dan ketersediaannya di pasaran.                                                                                                                                                                                                        | Jika di konsumsi sering dapat merusak gigi, dan botol yang kurang menarik serta warna yang mudah pudar dan rasa yang kurang jika tidak dalam kondisi dingin.                |
| Kemampuan Fisik (Tangibles) Keandalan (Reliability) | Air Mineral     | Air Mineral dikenal dengan botol plastik berkualitas dan mudah dibuka, serta label yang jelas. Airnya konsisten dan aman dikonsumsi, dengan distribusi luas dan sistem pengantaran yang efisien. Mereka memberikan informasi tentang proses produksi dan keamanan produknya, serta terlibat dalam kegiatan sosial dan program lingkungan, menunjukkan kepedulian. | Air Mineral ini mudah rusak baik gelasian atau botol, dan rasa yang berubah jika terkena udara panas yang menyebabkan rasa air seperti air keran.                           |

Sumber : Data Kualitas Produk Toko Maman 2023



Berdasarkan tabel diatas, dikatakan dalam kondisi ideal dan kondisi real suatu barang tidak sesuai dengan kondisi ideal karna selalu terdapat kerusakan kerusakan dalam kualitas barangnya sehingga, akan membuat konsumen kecewa dalam kualitas produk. Ketidak sesuaian selera dan harapan konsumen terhadap produk dapat menyebabkan konsumen merasa tidak tertarik dan kemudian beralih ke pesaing lain. Kondisi rill kualitas barang yang diberikan oleh perusahaan saat ini ditemukan beberapa masalah seperti yang ditampilkan pada tabel diatas, memperlihatkan bahwa masih banyaknya konsumen yang tidak mendapatkan penanganan yang tepat

**Tabel 1.3**  
**Daftar Harga Agen Maman, Agen Madura, Agen Bhakti Karya**

| No | Jenis Produk      | Agen Maman    | Agen Ucok     | Agen Bhakti Karya |
|----|-------------------|---------------|---------------|-------------------|
| 1  | Mie Instan        | 116.000 / Dus | 118.000 / Dus | 115.000 / Dus     |
| 2  | Minuman Bersoda   | 51.000/ Dus   | 52.000 / Dus  | 52.500 / Dus      |
| 3  | Kopi Hitam        | 147.000 / Dus | 150.000 / Dus | 148.000 / Dus     |
| 4  | Teh Hijau Botol   | 60.000/ Dus   | 62.000 / Dus  | 61.000 / Dus      |
| 5  | Air Mineral Gelas | 35.500 / Dus  | 36.000 / Dus  | 35.000 / Dus      |

*Sumber: Daftar Harga Agen Maman, Agen Madura, Agen Bhakti Karya 2023*

Berdasarkan Tabel mengenai perbandingan harga pada beberapa produk yang dijual di Agen Maman dengan beberapa pesaing disekitarnya yaitu Agen Ucok dan Agen Bhakti Karya. Tabel tersebut menunjukan bahwa beberapa produk yang dijual pada Agen Maman memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan Agen Ucok dan Agen Bhakti Karya, misalnya pada produk Mie Instan Agen Maman menjual dengan harga Rp. 116.000 / Dus sedangkan pada Agen Ucok Rp. 118.000/Dus dan pada Agen Bhakti Karya Rp. 115.000, begitupun dengan beberapa produk yang lain seperti Minuman Bersoda, Kopi Hitam, Teh Hijau Botol , serta Air Mineral Gelas.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Teknik Analisis Data**

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2017:52) berpendapat "Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut".

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2019:176) Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama

#### **c. Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji Normalitas**

Dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2017:160) berpendapat "Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal".



2) Uji Multikolinearitas

Menurut Singgih Santoso (2015:234) "Jika terbukti ada multikolinearitas. sebaiknya salah satu dari variabel independen yang ada di dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali".

3) Uji Autokorelasi

Menurut Sugiyono (2019), uji autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk menguji adanya hubungan antara residual atau kesalahan dalam suatu model regresi pada waktu yang berbeda.

4) 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".

d. Uji Regresi Linier

Menurut Sugiyono (2019), analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik untuk melihat hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen guna memprediksi atau menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

e. Analisis Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2019), koefisien korelasi adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua variabel, apakah hubungan tersebut positif, negatif, atau tidak ada hubungan sama sekali.

f. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2015:167) mendefinisikan "Koefisien determinasi menunjukkan besaran tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen menunjukkan seberapa besar persentase variabel (X) dapat memberikan kontribusi terhadap variabel (Y)".

g. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019), uji hipotesis adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kesalahan suatu pernyataan atau dugaan yang dibuat sebelumnya mengenai suatu populasi berdasarkan data sampel yang ada. Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis statistik.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

| No | Kuesioner                                                                                                                          | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| 1  | Produk selalu tersedia dengan jumlah yang cukup di Agen Toko Maman Ciputat                                                         | 0,589               | 0,197              | Valid      |
| 2  | Agen Toko Maman Ciputat mampu memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat                                                           | 0,618               | 0,197              | Valid      |
| 3  | Agen Toko Maman Ciputat menawarkan pembayaran digital untuk kemudahan transaksi                                                    | 0,633               | 0,197              | Valid      |
| 4  | Agen Toko Maman Ciputat menjamin ketersediaan stok yang lebih banyak agar pelanggan tidak kehabisan pilihan                        | 0,673               | 0,197              | Valid      |
| 5  | Produk yang dijual pada Agen Toko Maman tidak mudah rusak saat disimpan dalam waktu lama                                           | 0,619               | 0,197              | Valid      |
| 6  | Agen Toko Maman Ciputat dapat mengandalkan pemasok untuk mengirimkan barang tepat waktu sehingga tidak ada gangguan pada pelayanan | 0,651               | 0,197              | Valid      |
| 7  | Produk yang dijual Agen Toko Maman Ciputat sesuai dengan kebutuhan                                                                 | 0,517               | 0,197              | Valid      |
| 8  | Kesesuaian produk yang dikirimkan dengan yang sudah dipesan sebelumnya                                                             | 0,516               | 0,197              | Valid      |
| 9  | Desain kemasan produk tidak ada yang rusak                                                                                         | 0,593               | 0,197              | Valid      |
| 10 | Agen Toko Maman Ciputat melayani pelanggan dengan sangat baik                                                                      | 0,599               | 0,197              | Valid      |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.9, semua butir pernyataan variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) memperoleh nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197), artinya bahwa seluruh butir kuesioner dikatakan valid. Maka, kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

| No | Kuesioner                                                                                     | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| 1  | Produk yang ditawarkan Agen Toko Maman Ciputat harganya terjangkau                            | 0,758               | 0,197              | Valid      |
| 2  | Produk yang ditawarkan Agen Toko Maman Ciputat tidak terlalu mahal                            | 0,752               | 0,197              | Valid      |
| 3  | Agen Toko Maman Ciputat menawarkan promosi dan potongan harga sehingga harga lebih terjangkau | 0,685               | 0,197              | Valid      |
| 3  | Harga produk di Agen Toko Maman Ciputat sesuai dengan kualitas produknya                      | 0,617               | 0,197              | Valid      |
| 4  | Harga produk di Agen Toko Maman Ciputat sesuai dengan hasil yang diinginkan                   | 0,667               | 0,197              | Valid      |
| 5  | Produk yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan                             | 0,658               | 0,197              | Valid      |
| 6  | Harga di Agen Toko Maman Ciputat sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam memperoleh manfaat    | 0,557               | 0,197              | Valid      |
| 7  | Harga di Agen Toko Maman Ciputat dapat bersaing dengan kompetitor                             | 0,568               | 0,197              | Valid      |
| 8  | Harga di Agen Toko Maman Ciputat sudah sesuai dengan harga dipasaran                          | 0,517               | 0,197              | Valid      |
| 10 | Harga Produk yang ditawarkan Agen Toko Maman Ciputat lebih beragam dibandingkan pesaing       | 0,704               | 0,197              | Valid      |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.10, semua butir pernyataan variabel Harga (X<sub>2</sub>) memperoleh nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197), artinya bahwa seluruh butir kuesioner dikatakan valid. Maka, kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.

Pada tabel 4.11, semua butir pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y) memperoleh nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197), artinya bahwa seluruh butir kuesioner dikatakan valid. Maka, kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.


**Tabel 4.11**
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

| No | Kuesioner                                                                                                                                | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------------|
| 1  | Agen Toko Maman memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang dibutuhkan                                                                | 0,696    | 0,197   | Valid      |
| 2  | Saya tertarik membeli karena di Agen Toko Maman menawarkan promosi ( <i>buy one get one</i> ) atau (potongan harga) pada beberapa produk | 0,527    | 0,197   | Valid      |
| 3  | Saya lebih cenderung membeli produk yang pernah saya beli sebelumnya                                                                     | 0,650    | 0,197   | Valid      |
| 4  | Saya membuat daftar belanja berdasarkan kebutuhan yang ingin dibeli                                                                      | 0,693    | 0,197   | Valid      |
| 5  | Saya menggunakan informasi dari agen pesaing untuk membandingkan kualitas produk dan harga sebelum membeli                               | 0,735    | 0,197   | Valid      |
| 6  | Saya mempertimbangkan beberapa merek sebelum membeli                                                                                     | 0,685    | 0,197   | Valid      |
| 7  | Saya lebih tertarik membeli di Agen Toko Maman karena produk nya yang lengkap                                                            | 0,546    | 0,197   | Valid      |
| 8  | Saya memutuskan membeli karena kualitas produk dan harga yang ditawarkan Agen Toko Maman sesuai dengan keinginan saya                    | 0,808    | 0,197   | Valid      |
| 9  | Saya akan merekomendasikan Agen Toko Maman Ciputat kepada orang lain                                                                     | 0,555    | 0,197   | Valid      |
| 10 | Saya akan melakukan pembelian ulang di Agen Toko Maman Ciputat                                                                           | 0,641    | 0,197   | Valid      |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

**b. Hasil Uji Reliabilitas**
**Tabel 4.12**
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                | Cronbach Alpha | Standar Cronbach Alpha | Keputusan |
|-------------------------|----------------|------------------------|-----------|
| Kualitas Produk (X1)    | 0,800          | 0,600                  | Reliabel  |
| Harga (X2)              | 0,847          | 0,600                  | Reliabel  |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,850          | 0,600                  | Reliabel  |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.12, variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,800 nilai ini lebih besar dari standar Cronbach Alpha yaitu 0,600 maka variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) terbukti reliabel. Variabel Harga (X<sub>2</sub>) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,847 nilai ini lebih besar dari standar Cronbach Alpha yaitu 0,60 maka variabel Harga (X<sub>2</sub>) terbukti reliabel. Begitupun dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) yang memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,850 nilai ini lebih besar dari standar Cronbach Alpha yaitu 0,60 maka variabel Keputusan pembelian (Y) terbukti reliabel.



## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

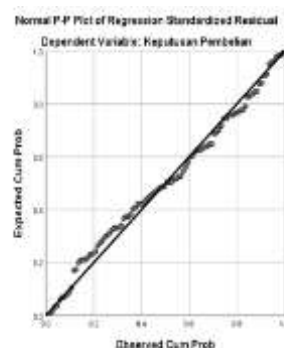
**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas Dengan**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                                    |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                                  |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>                   | Mean           | .0000000                |
|                                                    | Std. Deviation | 2.32721552              |
|                                                    |                |                         |
| Most Extreme Differences                           | Absolute       | .067                    |
|                                                    | Positive       | .051                    |
|                                                    | Negative       | -.067                   |
| Test Statistic                                     |                | .067                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                             |                | .200 <sup>d</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.                    |                |                         |
| b. Calculated from data.                           |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction.             |                |                         |
| d. This is a lower bound of the true significance. |                |                         |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Tabel 4.13, diperoleh nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Distribusi persamaan pengujian diasumsikan normal dan dapat melanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

Uji kenormalan juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *p-plot*, dimana variabel residual dapat diketahui dengan memperhatikan garis miring (diagonal), dan hasilnya sesuai dengan garis besar penyebaran yang ditangani menggunakan SPSS Versi 26, seperti terlihat pada gambar berikut.



Sumber : Data diolah Fawellin (2024)

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot**

Gambar 4.2, bahwa titik-titik yang tersebar di sekitar garis miring dan mengikuti garis miring, plot probabilitas normal menunjukkan pola grafik normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |  | Collinearity Statistics |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |  | Tolerance               | VIF   |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |  |                         |       |
| 1 (Constant)              | 8.331                       | 2.085      |                           | 3.997 | .000 |  |                         |       |
| Kualitas Produk           | .339                        | .082       | .358                      | 4.132 | .000 |  | .392                    | 2.551 |
| Harga                     | .478                        | .077       | .537                      | 6.201 | .000 |  | .392                    | 2.551 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26



Berdasarkan tabel 4.14 tersebut, nilai toleransi variabel  $X_1$  sebesar 0,392 dan sedangkan nilai toleransi variabel  $X_2$  sebesar 0,392 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.10, sementara nilai VIF variabel  $X_1$  sebesar 2,551 dan nilai VIF variabel  $X_2$  sebesar 2,551 yang mana nilainya lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, variabel kualitas produk dan harga tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

### c. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

| Model Summary <sup>b</sup>                        |                   |          |                   |                            |               |
|---------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                             | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                                 | .846 <sup>a</sup> | .715     | .709              | 2.351                      | 2.203         |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian        |                   |          |                   |                            |               |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Hasil tabel diatas, memberikan bukti pengujian autokorelasi dengan menggunakan Uji *Durbin-Watson*. Nilai *Durbin-Watson* 2,203 berada pada rentang 1,550 – 2,460, menunjukkan tidak adanya autokorelasi pada data variabel penelitian ini.

### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2017:139) berpendapat. "Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain".

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Glejser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)      | 2.565                       | 1.355      |                           | 1.892  | .061 |
|       | Kualitas Produk | .041                        | .051       | .125                      | .788   | .433 |
|       | Harga           | -.064                       | .051       | -.200                     | -1.263 | .210 |

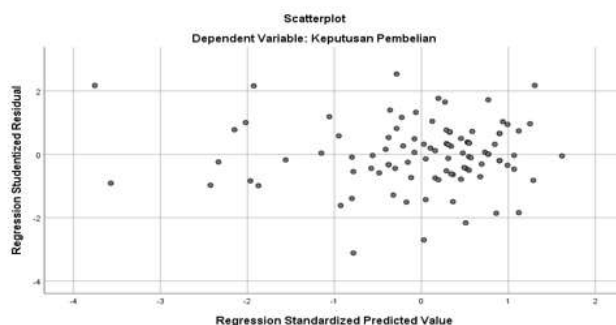
a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.15, nilai signifikansi variabel  $X_1$  dan  $X_2 > 0.05$ , bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam varian kesalahan untuk semua variabel bebas. Untuk menguji heteroskedastisitas, juga dapat menggunakan grafik *Scatterplot*, ketentuan berikut :

- Jika penyebaran data pada scaler plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat Heteroskedastisitas. disimpulkan tidak terjadi problem
- Jika penyebaran data pada scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turn, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi masalah Heteroskedastisitas

Berikut pengujian heteroskedastisitas dibawah ini :



**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot***

Gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tersebar luas dan tidak memiliki pola yang jelas. Jadi, tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

### 3. Uji Asumsi Regresi Linier

**Tabel 4.18**

**Regresi Linier Sederhana ( $X_1$ ) Terhadap (Y)**

| Model           | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)    | 11.271                      | 2.386      |                           | 4.723  | .000 |
| Kualitas Produk | .736                        | .060       | .776                      | 12.183 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Nilai (a) atau konstanta sebesar 11,271 menunjukkan bahwa proses keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 11,271 pada saat Kualitas Produk ( $X_1$ ) tidak berubah atau bernilai nol. Koefisien regresi (b) 0,736 adalah nilai positif yang membuktikan dampak satu arah. Ini berarti bahwa setiap kenaikan  $X_1$  sebesar satu unit akan menambah pilihan pembelian yaitu 0,736 unit.

**Tabel 4.19**

**Regresi Linier Sederhana ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant) | 12.020                      | 2.032      |                           | 5.914  | .000 |
| Harga        | .726                        | .052       | .816                      | 13.950 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 12,020 nilai ini menunjukan bahwa pada saat Harga ( $X_2$ ) bernilai nol atau tidak meningkat, maka proses Keputusan Pembelian (Y) akan tetap bernilai 12,020. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,726 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,726 satuan.

**Tabel 4.20**  
**Regresi Linier Berganda**

| Model           | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       | Sig.   |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|
|                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     |        |
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |        |
| 1 (Constant)    | 8.331                       | 2.085      |                           | 3.997 | .000   |
| Kualitas Produk | .339                        | .082       |                           | .358  | .4132  |
| Harga           | .478                        | .077       |                           | .537  | .6.201 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26



1. Nilai (a) atau konstanta sebesar 8,331 membuktikan bahwa proses keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 8,331 jika variabel harga dan kualitas produk sama sekali tidak berubah.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,339, kita dapat mengetahui bahwa keputusan pembelian konsumen (Y) akan meningkat sebesar 33,9 % jika harga mengalami kenaikan sebesar 1%. berasumsi bahwa variabel independent lainnya tidak berubah, nilai tersebut akan tetap.
3. Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,478, dapat disimpulkan bahwa, dengan asumsi variabel independen lain tidak berubah, keputusan pembelian konsumen (Y) akan meningkat sebesar 47,8% jika harga meningkat 1%.

#### 4. Analisis Koefisien Korelasi (r).

Pada tabel 4.22, nilai korelasi sebesar 0,776 dengan interval 0,600-0,799. Disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat antara tingkat kekuatan hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4.22**  
**Koefisien Korelasi ( $X_1$ ) Terhadap (Y)**

| Correlations        |                     |                     |                 |
|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------|
|                     |                     | Keputusan Pembelian | Kualitas Produk |
| Keputusan Pembelian | Pearson Correlation | 1                   | .776**          |
|                     | Sig. (2-tailed)     |                     | .000            |
|                     | N                   | 100                 | 100             |
| Kualitas Produk     | Pearson Correlation | .776**              | 1               |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000                |                 |
|                     | N                   | 100                 | 100             |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

**Tabel 4.23**  
**Koefisien Korelasi ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Correlations        |                     |                     |        |
|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
|                     |                     | Keputusan Pembelian | Harga  |
| Keputusan Pembelian | Pearson Correlation | 1                   | .816** |
|                     | Sig. (2-tailed)     |                     | .000   |
|                     | N                   | 100                 | 100    |
| Harga               | Pearson Correlation | .816**              | 1      |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000                |        |
|                     | N                   | 100                 | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.23, nilai korelasi sebesar 0,816 dengan interval 0,800-1,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara tingkat kekuatan hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4.24**  
**Koefisien Korelasi ( $X_1$ ) Dan ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>                        |                   |          |                   |                            |               |
|---------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                             | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                                 | .846 <sup>a</sup> | .715     | .709              | 2.351                      | 2.203         |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian        |                   |          |                   |                            |               |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26



Pada tabel 4.24, korelasi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sebesar 0,846, yaitu pada interval 0,800-1,000. Ini menunjukkan adanya kekuatan korelasi antara variabel kualitas produk dan harga secara bersamaan dengan variabel keputusan pembelian sangat kuat.

## 5. Analisis Koefisien Determinasi

Pada tabel 4.25, *RSquare* sebesar 0,602 menyatakan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempengaruhi 60,2% keputusan pembelian (Y), dan 39,8% lainnya berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan pada penelitian ini

**Tabel 4.25**

**Koefisien Determinasi ( $X_1$ ) Terhadap (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>                 |                   |          |                   |                            |
|--------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                          | .776 <sup>a</sup> | .602     | .598              | 2.764                      |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |                   |          |                   |                            |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

**Tabel 4.26**

**Koefisien Determinasi ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>                 |                   |          |                   |                            |
|--------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                          | .816 <sup>a</sup> | .665     | .662              | 2.537                      |
| a. Predictors: (Constant), Harga           |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |                   |          |                   |                            |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.26, *RSquare* sebesar 0,665 menyatakan bahwa harga ( $X_2$ ) mempengaruhi 66,5% keputusan pembelian (Y), dan 33,5% lainnya berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan pada penelitian ini.

**Tabel 4.27**

**Koefisien Determinasi ( $X_1$ ) Dan ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Model Summary <sup>b</sup>                        |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                             | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                 | .846 <sup>a</sup> | .715     | .709              | 2.351                      |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian        |                   |          |                   |                            |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.27, *RSquare* sebesar 0,715, variabel ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) secara bersamaan memberikan kontribusi sebesar 71,5% terhadap variabel (Y). Berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 28,5%.

## 6. Uji hipotesis

**Tabel 4.28**

**Hasil Uji Hipotesis Parsial ( $X_1$ ) Terhadap (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                 |                             |            |                           |       |
|--------------------------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                                      |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.  |
|                                            |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                                          | (Constant)      | 11.271                      | 2.386      |                           | 4.723 |
|                                            | Kualitas Produk | .736                        | .060       | .776                      | .000  |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |                 |                             |            |                           |       |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26



Pada tabel 4.28 bahwa, nilai  $t_{hitung}$  12,183 > nilai  $t_{tabel}$  1,984 dengan tingkat kebenaran (sig)  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan hipotesis pertama diterima karena kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat Tangerang Selatan.

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji Hipotesis Parsial ( $X_2$ ) Terhadap (Y)**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.   |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |
| 1                         | (Constant) | 12,020                      | 2,032      |                           | 5,914  |
|                           | Harga      | ,726                        | ,052       | ,816                      | 13,950 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Pada tabel 4.29 bahwa,  $t_{hitung}$  13,950 >  $t_{tabel}$  1,984 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa hipotesis kedua diterima karena harga mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat Tangerang Selatan.

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Hipotesis Simultan**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |         |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1 Regression       | 1346,573       | 2  | 673,286     | 121,804 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 536,177        | 97 | 5,528       |         |                   |
| Total              | 1882,750       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan Tabel 4.30 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  121,804 >  $F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Agen Maman Ciputat Tangerang Selatan, sehingga hipotesis ketiga diterima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan yakni:

1. Pada rumusan masalah yang pertama, bahwa yang diajukan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat. Bahwa dari hasil uji statistik terbukti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil nilai  $t_{hitung}$  12,183 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,984 dengan tingkat kebenaran (sig)  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis pertama diterima karena harga mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat. Nilai korelasi sebesar 0,776 dengan interval 0,600-0,799. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat antara tingkat kekuatan hubungan antara kualitas produk pada keputusan pembelian. *Rsquare* 0,602 menyatakan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempengaruhi 60,2% keputusan pembelian (Y), dan 39,8% lainnya berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan pada penelitian ini.
2. Pada rumusan masalah yang kedua, bahwa yang diajukan harga apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  13,950 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984 dengan



signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima karena harga mempengaruhi proses keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat. Nilai korelasi sebesar 0,816 dengan interval 0,700-1,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara tingkat kekuatan hubungan antara harga pada keputusan pembelian. *RSquare* sebesar 0,665 menyatakan bahwa harga ( $X_2$ ) mempengaruhi 66,5% keputusan pembelian ( $Y$ ), dan 33,5% lainnya berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan pada penelitian ini.

3. Pada rumusan masalah yang ketiga bahwa yang diajukan apakah kualitas produk dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Agen Maman Ciputat. Secara keseluruhan, temuan uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai dampak positif yang signifikan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan  $F_{hitung}$  121.804 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikan 0,000 kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Agen Maman Ciputat. Bahwa hipotesis ketiga diterima. Korelasi kualitas produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) 0,846, yaitu pada interval 0,800-1,000. Ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas produk dan harga secara bersamaan dengan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sangat kuat. Nilai *RSquare* sebesar 0,715, variabel ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) secara bersamaan memberikan kontribusi sebesar 71,5% terhadap variabel ( $Y$ ). Berasal dari faktor-faktor yang tidak dibicarakan dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 28,5%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, F., & Roni, M. (ISSN 1693-4091 E-ISSN 2622-1845). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Di Desa Muara Meo.
- Arianto, N. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aqua. *Jurnal Kreatif*, 3(2), April.
- Eddy, B., & Van Raaij, W. F. (2022). *The Effect of Price on Perceived Quality and Value: A Conceptual Model*. Journal of the Academy of Marketing Science, 50 (1), 25-40.
- Etzel, M.J., Walker, B.J., & Stanton, W.J. (2020). *Marketing (18th ed.)*. McGraw Hill/Irwin.
- Fauziah Septian, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Fastra Buana Bogor. *Jurnal Distrupsi Bisnis*, 21-27. p-ISSN: 2621 – 797X, e-ISSN: 2746-6841.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence*. Pearson.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *Volume 21, Nomor 1*.
- Hernita, N. (Studi Kasus Pada PT. Rudi Karya Stone Majalengka). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- Hidayanto, F. (2019). *Manajemen kualitas: Praktik penerapan Steven Jobs pada Produk dan Layanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hidayat, A. (2009). *Retail Marketing (Strategi Sumber Daya Manusia, Produk, Harga, Distribusi, dan Komunikasi Pemasaran pada Bisnis Ritel)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.



- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06 (01).
- Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Pampers merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(2), 374–387. ISSN: 2775-6076; e-ISSN: 2962-8938.
- Martujan, & Tukirin. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Sebagai Kendaraan Pribadi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Taman Siswa.
- Rosita, & Satyawisudarini. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 1(3).
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan).
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 1171.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–3.
- Septiani, F., & Robianto. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(1), 21–27. p-ISSN: 2621-797X; e-ISSN: 2746-6841.
- Sudarsono, A., Nelsi, M., & Hasanudin. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing pada PT. Kewpie Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), Oktober. ISSN: 2622-8882, e-ISSN: 2622-9935.
- Suwu, G. E. C., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Jorizco Putra Utama di Desa Leilem III. *Productivity*, 3(3).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Strategik: Strategi, Kasus dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, quality & satisfaction*. Andi Offset.
- Winer, R. S., & Dhar, R. (2023). *Marketing Management (7th ed.)*. Pearson Education.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education.