

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang

Cahyadi

Universitas Buddhi Dharma

ABSTRAK

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan linier berganda $Y = 6,673 + 0,376X_1 + 0,460X_2$ yang artinya apabila kualitas produk dan harga mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian di PT Arthanindo Cemerlang akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,376 dan 0,460.

Dari hasil penelitian kualitas produk mendapatkan thitung sebesar 10,726 dan harga mendapatkan thitung sebesar 12,220 dengan ttabel 1,66071 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial dengan keputusan pembelian. Kualitas produk dan harga mendapatkan Fhitung 98,918 > Ftabel 3,09 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ hasil tersebut berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini persaingan dunia bisnis semakin ketat. Banyaknya jenis produk sejenis yang ditawarkan pasar karena berkembangnya perekonomian. Kemajuan dan perkembangan teknologi yang disertai inovasi dan kemudahan mendapatkan informasi mengakibatkan persaingan yang semakin sulit dalam memperebutkan pangsa pasar dengan menawarkan berbagai jenis jasa atau produk, khususnya Apabila suatu usaha yang sejenis dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan pada dasarnya sama. Banyak perusahaan selalu menuntut mengharuskan mampu mengimbangi persaingan tersebut agar dapat bertahan di suatu pasar yang semakin kompetitif.

Perilaku konsumen berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (dalam Amelia 2017, 42-43) konsumen melewati lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian yaitu: Problem recognition (Pengakuan Masalah), Information search (Pencarian Informasi), Evaluation of alternatives (Evaluasi Alternatif), Purchase decision (Keputusan Pembelian), Postpurchase behavior (Perilaku Pasca Pembelian). Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Ketertarikan konsumen untuk menggunakan produk baja ringan karena alasannya efisiensi pemakaian bahan bangunan. Konstruksi rangka atap pada umumnya dibuat dari bahan kayu, dan digunakan pada bangunan yang memiliki sistem struktur atap, seperti rumah sakit, bangunan sekolah, rumah tinggal, perkantoran, pabrik, tempat ibadah, ruang serba guna, dan lain-lain, dengan bahan penutup atap dari genteng maupun asbes tetapi sekarang menggunakan rangka atap baja ringan dan bahan penutupnya menggunakan atap baja ringan. Dalam hal ini penggunaan kayu sebagai rangka hanya berdasarkan perkiraan atau kebiasaan, sehingga ukuran yang dipakai jauh lebih besar dibanding kebutuhannya (over design) dan tidak tahan terhadap serangan rayap serta penggunaan atap seperti genteng maupun asbes yang rawan akan bocor.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (dalam Lestari 2017, 37) adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian. Oleh karena itu suatu perusahaan harus berusaha memfokuskan pada kualitas produk, dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan pesaing. Menurut Lamb (dalam Suryati 2019, 37) mendefinisikan bahwa harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sebanding dari uang dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkannya maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir kembali untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Seiring dengan kemajuan jaman dalam dunia proyek membuat banyak orang yang ingin memasuki bidang konstruksi. Mereka berpikir bisnis seperti ini merupakan peluang bisnis yang dapat memberikan keuntungan yang sangat besar, hal ini

mengakibatkan bisnis dalam perdagangan baja ringan semakin diminati sehingga banyak bermunculan pesaing.

Salah satu usaha yang menyemarakkan persaingan perdagangan dalam bidang baja ringan adalah PT Arthanindo Cemerlang. Usaha yang berdiri sejak 20 Maret 2012 dan terletak di Ruko Pasar Modern Paramount Blok G No. 18 Gading Serpong, Kel. Curug Sangereng, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Prov. Banten. PT Arthanindo Cemerlang merupakan salah satu distributor baja ringan yang terbesar dan sudah dikenal banyak orang khususnya di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

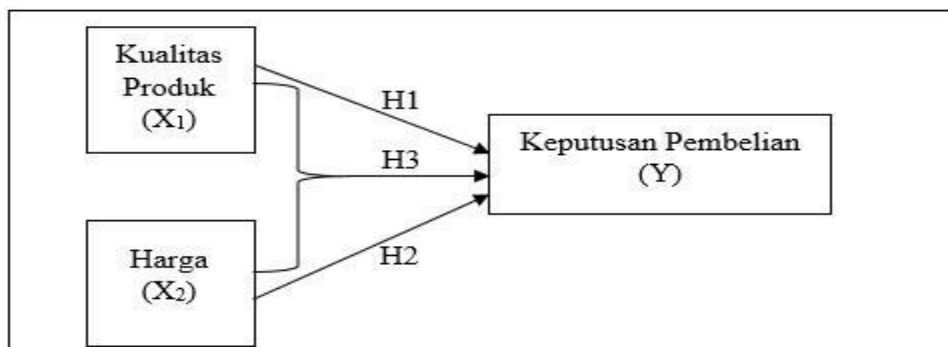
Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang?

C. Kerangka Pemikiran



D. Perumusan Hipotesis

H1: Diduga kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H2: Diduga harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H3: Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

BAHAN DAN METODE

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. jenis penelitian ini merupakan sebuah metode untuk meneliti pada populasi dan sampel dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan menekankan pada aspek pemahaman lebih mendalam terhadap suatu masalah secara sistematis dan akurat fakta serta karakteristik mengenai populasi tertentu, sehingga dapat dilakukan studi kasus yang merupakan suatu pemeriksaan yang mendalam terhadap sesuatu keadaan dan kejadian yang disebut sebagai kasus, dengan menggunakan cara yang

sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data dan pengujiannya dilakukan secara rinci terhadap satu latar, satu objek, atau satu peristiwa tertentu.

B. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti oleh peneliti adalah PT Arthanindo Cemerlang yang terletak di Ruko Pasar Modern Paramount Blok G No. 18 Gading Serpong, Kel. Curug Sangereng, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Prov. Banten, 15810. PT Arthanindo Cemerlang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor baja ringan dengan tujuan melayani kebutuhan dan keperluan dalam bidang konstruksi.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan sumber subjek dari mana data dapat diperoleh dengan menggunakan metode tertentu.

1. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2019, 9) menyatakan bahwa jenis data tergolong menjadi dua macam, yaitu:

a. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, narasi, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar, dan foto.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring.

2. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019, 296) berdasarkan sumbernya, data penelitian tergolong menjadi dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019, 126) menyatakan bahwa:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen PT Arthanindo Cemerlang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019, 127) menyatakan bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Dalam teori Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* (dalam Sugiyono, 2019, 143) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam katagori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap katagori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang akan berhubungan dengan penentuan jumlah sampel, dengan menggunakan pendekatan rumus *slovin*.

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020, 12-13) rumus *slovin* dapat dirumuskan, sebagai berikut:

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Diketahui jumlah pelanggan PT Arthanindo Cemerlang berjumlah 130 perusahaan yang bekerja sama. Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan kesalahan maksimum 5%. Maka perhitungan pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* adalah:

$$= \frac{1 + e^2}{1 + N e^2}$$

$$= \frac{1 + 0,05^2}{1 + 130 (0,05)^2}$$

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel 98,11%. Dari jumlah sampel yang telah dihitung menggunakan rumus slovin, yaitu 98 pelanggan. Peneliti membagikan kepada 98 pelanggan atau dikenakan menjadi 100 pelanggan PT Arthanindo Cemerlang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019, 296) menyatakan bahwa:

“Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.”

Tujuan dari teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data yang valid, akurat dan terpercaya sehingga kesimpulan penelitian tidak akan diragukan kebenarannya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu: 1. data primer yang terdiri dari wawancara, observasi (pengamatan langsung), dan kuesioner. 2. data sekunder yang terdiri dari dokumen.

F.Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (dalam Hermawan 2019, 52) menyatakan bahwa:

“Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian”. Dalam hal ini menggunakan dua macam variabel dalam penelitian, yaitu: variabel independen dan variabel dependen.

G.Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut Supriadi (2020, 138-139) menyatakan bahwa:

“Validitas adalah ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran”. uji validitas menggunakan korelasi Bivariate Pearson (Correlation Product Moment Pearson) yang mempunyai rumus sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{N}}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N})}}$$

Keterangan:

r_{XY} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor butir pertanyaan X

$\sum Y$ = jumlah skor butir pertanyaan Y

$\sum X^2$ = jumlah skor kuadrat butir pertanyaan X

$\sum Y^2$ = jumlah skor total kuadrat butir pertanyaan Y

Hasil perhitungan dapat dikatakan valid, apabila rhitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikan 5%.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Supriadi (2020, 139-140) menyatakan bahwa:

“Reliabilitas berarti dapat dipercaya. Artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat”. Untuk mengukur reliabilitas skala dapat digunakan rumus Cronbach’s Alpha sebagai berikut:

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{\sum T^2} \right]$$

Keterangan:

r_{tt} = instrumen reliabilitas (total tes)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum s^2$ = jumlah varian butir

$\sum T^2$ = varian skor total

Menurut Firmansyah dan Haryanto (2019, 77) menyatakan bahwa Apabila cronbach’s alpha suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka indikator yang digunakan tersebut reliable, jika nilai cronbach’s alpha suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Menurut Guilford (dalam Sumardi 2020, 92) menyatakan bahwa terdapat katagori kriteria reliabilitas sebagai berikut:

0,80 - 1,00 : reliabilitas sangat tinggi

0,60 - 0,79 : reliabilitas tinggi

0,40 - 0,59 : reliabilitas sedang

- 0,20 – 0,39 : reliabilitas rendah
- 0,00 – 0,19 : reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel)

c. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2017, 226) menyatakan bahwa:

“Regresi linier berganda adalah metode regresi berganda yang jumlah variabel bebasnya (independen) digunakan lebih dari satu untuk memengaruhi satu variabel tidak bebas (dependen)”.

Adapun rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

Keterangan: $Y = +11 + 22$

- Y = variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- X1 = variabel bebas pertama (Kualitas Produk)
- X2 = variabel bebas kedua (Harga)
- ,1,2 = konstanta

d. Uji Korelasi Berganda

Menurut Kurniawan dan Yuniarto (2016, 123) menyatakan bahwa:

“Korelasi berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menyelesaikan persamaan-persamaan tiga variabel atau lebih”.

Menurut Basuki dan Prawoto (dalam Oktavia 2020, 62-63) rumus korelasi berganda dengan tiga variabel Y, X1, X2 sebagai berikut:

$$r_{12} = \sqrt{\frac{(r_{11})^2 + (r_{22})^2 - 2 \cdot (r_{11}) \cdot (r_{12}) \cdot (r_{21})}{1 - (r_{12})^2}}$$

Keterangan:

r_{yx1x2} = korelasi antara Kualitas Produk (x1) dengan Harga (x2) secara bersama-sama dengan Keputusan Pembelian (y).

r_{yx1} = korelasi product momen antara Kualitas Produk (x1) dengan Keputusan Pembelian (y).

r_{yx2} = korelasi product momen antara Harga (x2) dengan Keputusan Pembelian (y).

r_{x1x2} = korelasi product momen antara Kualitas Produk (x1) dengan Harga (x2).

Menurut Sugiyono (dalam Riyanto dan Hatmawan 2020, 131) menyatakan bahwa pedoman tabel untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

e. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Purnomo (2019, 31) menyatakan bahwa:

“Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen”.

Menurut Ghozali (dalam Oktavia 2020, 64-65) menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Rumus untuk mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen, sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\sum (Y_i - \bar{Y})^2}{\sum (Y_i - \bar{Y})^2 + \sum (X_i - \bar{X})^2}$$

Dari rumus di atas, terdapat kemungkinan dua jawaban yang diperoleh, yaitu:

- a. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan hubungan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $R^2 = 1$, maka persentase sumbangan hubungan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen sempurna.

f. Uji t (Uji Regresi Secara Parsial)

Menurut Mulyono (2018, 113) menjelaskan bahwa:

“Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen”. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05, pengujian ini dilakukan uji dua arah dengan hipotesis:

$$H_0: \beta_1 = 0$$

Artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a: \beta_1 < 0 \text{ atau } \beta_1 > 0$$

Artinya ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- 1. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

g. Uji F (Uji Regresi Secara Simultan)

Menurut Mulyono (2018, 113) menjelaskan bahwa:

“Uji F digunakan untuk mengetahui bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Terdapat kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

- a. H_0 diterima, apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai sig $> 0,05$
- b. H_0 ditolak, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan sebagai tidak signifikannya model regresi multipel yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan juga pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

HASIL

Uji Validitas Variabel	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan

Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) di PT Arthanindo Cemerlangi kat. □ Variabel				
Kualitas Produk (X1)	Sampel Produk	0,515	0,1966	Valid
	Memberikan Informasi	0,684	0,1966	Valid
	Kualitas Baik	0,747	0,1966	Valid
	Estetika Produk	0,595	0,1966	Valid
	Ukuran Produk	0,718	0,1966	Valid
	Daya Tahan Produk	0,683	0,1966	Valid
	Jaminan Produk	0,699	0,1966	Valid
	Keunggulan Produk	0,669	0,1966	Valid
	Sesuai Permintaan	0,604	0,1966	Valid
Sesuai Keinginan Konsumen	0,672	0,1966	Valid	
Harga (X2)	Informasi Harga Jelas	0,580	0,1966	Valid
	Harga Tidak Cepat Berubah	0,714	0,1966	Valid
	Informasi Perubahan Harga	0,754	0,1966	Valid
	Harga Terjangkau	0,729	0,1966	Valid
	Tidak Dikenakan Biaya Tambahan	0,681	0,1966	Valid
	Harga Sesuai Kualitas Produk	0,743	0,1966	Valid
	Harga Sesuai Ukuran Produk	0,697	0,1966	Valid
	Harga Sesuai Manfaat Produk	0,623	0,1966	Valid
	Harga Mampu Bersaing	0,764	0,1966	Valid
	Harga Sesuai Harapan Konsumen	0,782	0,1966	Valid
	Produk Sesuai Kebutuhan	0,573	0,1966	Valid
	Kepercayaan Produk	0,692	0,1966	Valid
	Rasa Aman Dan Nyaman	0,750	0,1966	Valid
	Lokasi Yang Dekat	0,610	0,1966	Valid
	Tersedianya Produk Yang Lengkap	0,664	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Merek Harga Sesuai	0,749	0,1966	Valid
	Potongan Harga Sesuai	0,470	0,1966	Valid

	Dengan Jumlah			
	Pembelian			
	Waktu Pengiriman	0,586	0,1966	Valid
	Kemudahan Pembayaran	0,664	0,1966	Valid
	Melayani Pembayaran	0,677	0,1966	Valid
	Sistem Kredit			

Sumber: SPSS Versi 26

Dalam disimpulkan berdasarkan tabel di atas dikatakan valid dan layak digunakan. Masing-masing butir pernyataan dalam r hitung lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,1966.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1) di PT Arthanindo Cemerlang
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.852	.855	10

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa terdapat nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,852 lebih besar dari 0,6 ($0,852 > 0,6$) yang artinya reliabel dan dapat dikatakan bahwa 0,852 sebagai katagori kriteria reliabilitas sangat tinggi.

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) di PT Arthanindo Cemerlang
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.888	.889	10

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa terdapat nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,888 lebih besar dari 0,6 ($0,888 > 0,6$) yang artinya reliabel dan dapat dikatakan bahwa 0,888 sebagai katagori kriteria reliabilitas sangat tinggi.

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) di PT Arthanindo Cemerlang
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.827	.845	10

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas terdapat nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,827 lebih besar dari 0,6 ($0,827 > 0,6$) yang artinya reliabel dan dapat dikatakan bahwa 0,827 sebagai katagori kriteria reliabilitas sangat tinggi.

Descriptive Statistics

Keputusan_Pembelian_Y	42.69	3.802	100
Harga_X2	42.58	4.260	100
Kualitas_Produk_X1	43.80	3.734	100

Sumber: SPSS Versi 26

berdasarkan tabel di atas bahwa responden berjumlah 100 pada baris keputusan pembelian (Y) mean adalah 42,69 dan standar deviasi sebesar 3,802, sedangkan pada baris harga (X2) mean adalah 42,58 dan standar deviasi sebesar 4,260, dan pada baris kualitas produk (X1) mean adalah 43,80 dan standar deviasi sebesar 3,734.

Correlations

Pearson Correlation	Keputusan_Pembelian.Y	1.000	.777	.735
	Harga.X2	.777	1.000	.711
	Kualitas_Produk.X1	.735	.711	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan_Pembelian.Y	.	.000	.000
	Harga.X2	.000	.	.000
	Kualitas_Produk.X1	.000	.000	.
N	Keputusan_Pembelian.Y	100	100	100
	Harga.X2	100	100	100
	Kualitas_pepril.X1	100	100	100

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa hubungan antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,735, dan hubungan antara harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,777, maka dikatakan kuat dan mempunyai hubungan yang positif. dan nilai probabilitas sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$ menunjukkan hasil korelasi artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan signifikan.

Variabel Kualitas Produk Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.535	2,592

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk.X1

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa kolom R Square menyatakan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 54% sedangkan $(100\% - 54\% = 46\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Variabel Harga Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.600	2,406

a. Predictors: (Constant), Harga.X2

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa kolom R Square menyatakan besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 60,4% sedangkan $(100\% - 60,4\% = 39,6\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Variabel Kualitas Produk Dan Harga Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.664	2,203

Sumber: SPSS Versi 26

Dapat disimpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa kolom Adjusted R Square menyatakan besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 66,4% sedangkan $(100\% - 66,4\% = 33,6\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Uji t

Coefficients^a

1	(Constant)	6.673	2.659		2.510	.014
	Kualitas_Produk.X1	.376	.084	.369	4.452	.000
	Harga.X2	.460	.074	.515	6.215	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

Sumber: SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi menggunakan kolom B terdapat nilai konstan sebesar 6,673, nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,376, dan nilai koefisien harga sebesar 0,460. Maka regresi persamaan yaitu $Y = 6,673 + 0,376X_1 + 0,460X_2$

Variabel Kualitas Produk Uji t

Coefficientsa

1	(Constant)	9,910	3,067		3,231	,002
	Kualitas_Produk.X1	,748	,070	,735	10,726	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

Sumber: SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas pada kolom t diketahui bahwa thitung kualitas produk (X1) adalah 10,726 dan nilai distribusi ttabel adalah 1,66071 yang artinya thitung kualitas produk lebih besar dari ttabel atau $10,726 > 1,66071$ dan dapat dilihat berdasarkan pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas kualitas produk sebesar 0,000 dengan demikian probabilitas berada di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adalah terdapat pengaruh yang signifikan atau kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Variabel Harga Uji t

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,156	2,429		5,417	,000
	Harga.X2	,694	,057	,777	12,220	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

Sumber: SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa thitung harga (X2) adalah 12,220 dan nilai distribusi ttabel adalah 1,66071 yang arti thitung harga lebih besar dari ttabel atau $12,220 > 1,66071$ dan dapat dilihat berdasarkan pada kolom Sig. diketahui nilai probabilitas harga sebesar 0,000 dengan demikian probabilitas berada di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adalah terdapat pengaruh yang signifikan atau harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji F

ANOVAa

1	Regression	960.468	2	480.234	98.918	,000 ^b
	Residual	470.922	97	4.855		
	Total	1431.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian.Y

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

Sumber: SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima dan diketahui nilai Fhitung adalah sebesar 98,918 dan Ftabel adalah 3,09. Dalam hal ini Fhitung $>$ Ftabel yang artinya hipotesis diterima dan terdapat hubungan linier secara simultan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Berdasarkan aplikasi SPSS Versi 26 hasil pengujian hipotesis kualitas produk (X1) mendapatkan thitung sebesar 10,726 dan harga (X2) mendapatkan thitung sebesar 12,220 di mana $>$ nilai ttabel sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan $0,000 <$ dari nilai 0,05. Hipotesis penelitian diterima kebenarannya dikarenakan nilai thitung $>$ ttabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X1) dengan keputusan pembelian (Y) secara parsial dan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y) secara parsial.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kualitas produk (X1) dan harga (X2) menunjukkan hasil pada Fhitung sebesar 98,918 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,000 sedangkan nilai Ftabel sebesar 3,09. Apabila dibandingkan maka Fhitung $>$ Ftabel atau $98,918 > 3,09$, perbandingan ini memberikan hasil yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan hasil tersebut berarti kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

Kesimpulan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pengaruh dan hipotesis pada kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang sebesar 54% sedangkan sisanya sebesar 46% dari ($100\% - 54\% = 46\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, dan berdasarkan uji regresi secara parsial bahwa kualitas produk (X1) diperoleh hasil thitung sebesar 10,726 dan ttabel sebesar 1,66071 yang berarti thitung $>$ ttabel dengan nilai probabilitas 0,000 pada kolom Sig. dengan demikian berada di bawah 0,05 sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memiliki kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang sebesar 60,4% sedangkan sisanya sebesar 39,6% dari ($100\% - 60,4\% = 39,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, dan berdasarkan uji regresi secara parsial bahwa harga (X2) diperoleh hasil thitung sebesar 12,220 dan ttabel sebesar 1,66071 yang berarti thitung $>$ ttabel dengan nilai probabilitas 0,000 pada kolom Sig. dengan demikian berada di bawah 0,05 sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memiliki kesimpulan bahwa terdapat pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang sebesar 66,4% sedangkan sisanya sebesar 33,6% dari ($100\% - 66,4\% = 33,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, dan berdasarkan hasil uji regresi secara simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 98,918 dan Ftabel adalah 3,09 yang berarti Fhitung $>$ Ftabel dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memiliki

kesimpulan terdapat hubungan linier secara simultan antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

REFERENSI

- Amelia, S. M. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Cofee Time Kopo Bandung. *Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan*, 42-43.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: KENCANA.
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan*, 37.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Oktavia, E. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Mayora Indah Tbk (Studi Kasus pada Produk Coklat Choki Choki). *Tangerang: Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma*, 62-65.
- Purnomo, A. K. (2109). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sinaga, K. E., Matondang, Z., & Sitompul, H. (2019). *Statistika: Teori dan Aplikasi pada Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Siregar, S. (2017). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: KENCANA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumardi. (2020). *Teknik Pengukuran dan Penilaian Hasil Belajar*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.