

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dus Packaging di PT. Surya Mega Mustika

Marcello Adithya Purnama^{1)*}

¹⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang Indonesia
¹⁾marcellopurnama9@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima 30 Oktober 2021;
Perbaikan 30 Oktober 2021;
Diterima 5 Desember 2021;
Tersedia online 15 Desember 2021

Kata kunci:

Harga
Kualitas Produk
Keputusan Pembelian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui permasalahan yang terjadi di PT. Surya Mega Mustika, khususnya permasalahan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk dus packaging.(Studi kasus PT. Surya Mega Mustika). Analisis data dilakukan dengan disebar secara acak terhadap 75 responden. Program yang digunakan adalah SPSS versi 25. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dengan alpha cronbach dan teknik pengambilan sample menggunakan probability sampling. Uji analisis regresi linier berganda, uji r, uji t dan uji f untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini persaingan dalam bidang perindustrian antar perusahaan sudah sangat ketat. Kemajuan teknologi juga berkembang sangat pesat, para perusahaan tidak hanya menekan harga jual saja tetapi para perusahaan juga dituntut agar dapat menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik dari produk pesaingnya serta pengiriman produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Didirikan sejak tahun 1998, PT. Surya Mega Mustika merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di pencetakan dan offset printing dus packaging, paper bag, sticker dan produk kertas lainnya. Jenis produk yang ditawarkan juga bervariasi dengan harga yang kompetitif dengan para perusahaan pesaing. Kelelahan dalam bekerja terjadi disebabkan oleh kemampuan karyawan lebih rendah daripada beban kerja yang diberikan, yang akan mengakibatkan turunnya produktivitas kerja, tingkat absensi, bahkan memicu peningkatan turnover karyawan pada perusahaan.

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. Dari berbagai factor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan harga, kualitas produk ataupun pengiriman produk sebelum memutuskan untuk membeli produk/jasa tersebut. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan suatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah harga produk tersebut sudah sesuai. Kemudian apa produk tersebut kualitasnya sudah sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Serta pengiriman produk tersebut nantinya akan bagaimana. Sebelum memutuskannya, konsumen akan memikirkan beberapa alternative pilihan apa akan membeli atau tidak. Jika konsumen sudah memutuskan salah satunya, keputusan pembelian akan ada. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, perlu membuat penetapan harga, dan biaya produksi yang sesuai dengan kualitas produk, serta ketepatan waktu dalam proses pengiriman produk kepada konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut (Kotler & Gary, 2010, p. 314) mengatakan bahwa:

“Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Menurut (Malau, 2017, p. 147) mengatakan bahwa :

“Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”

Kualitas Produk

Menurut (Fandy Tjiptono, 2010, p. 14) mengatakan bahwa :

“ Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas Produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkualitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)”.

Menurut (Sunyoto & Susanti, 2015, p. 284) mengatakan bahwa :

“Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan ”.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahapan dari proses individu memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk dengan mempertimbangkan hal-hal yang menjadi bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Menurut (Sunyoto, 2015, p. 79) mengatakan bahwa :

“Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluative”.

III. METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis menurut pendekatan adalah Penelitian Kuantitatif, yang dimana penelitian ini menganalisa data secara kuantitatif atau statistik dengan menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciens). Yang dimana analisis data tersebut bertujuan untuk menguji hipotesis yang sebelumnya sudah ditetapkan dan kemudian hasil analisis tersebut diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan yang tepat berdasarkan hasilnya. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada PT. Surya Mega Mustika.

Di dalam penelitian ini penulis sudah memilih beberapa dari responden secara random agar dapat dijadikan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang penulis sudah sediakan dalam bentuk kuesioner mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dus packaging di PT. Surya Mega Mustika. Beberapa pernyataan diajukan kepada 75 konsumen. Penulis memberikan 10 pertanyaan untuk setiap variabel kepada 75 konsumen yang dijadikan sebagai responden penelitian.

Tabel 1. Responden

Jenis Kelamin	Responden	Presentase (%)
Laki-laki	36	48 %
Perempuan	39	52 %
Total	75	100%

Pengumpulan Data

1. Data primer yakni sekumpulan data yang didapatkan secara langsung dari berbagai macam kegiatan seperti kuisisioner, wawancara, maupun kegiatan observasi. Menurut Sugiyono (2017,137) dalam (Wianto, 2020) menyebutkan bahwa:

“Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini berupa ulasan jawaban atas kuisisioner yang telah diisi oleh responden”.

Dalam penelitian ini, sumber data yang primer dikumpulkan oleh penulis melalui kuisisioner.

2. Data sekunder yakni sekumpulan informasi dari pihak kedua yang telah kumpulkan dan dioleh oleh pihak tersebut untuk tujuan tertentu, contohnya seperti; buku referensi, jurnal, dan website, dan sumber lainnya. Menurut Sugiyono (2015, 137) dalam (Wianto, 2020) menyebutkan bahwa:

“Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu jurnal, penelitian terdahulu, buku, media cetak dan internet”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden:

Tabel 2. Indikator Jawaban Responden

Nilai Indikator	Indikator Jawaban	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Menurut Sugiyono (2011;135) dalam (Wianto, 2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, responden dapat memilih jawaban yang tersedia.

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017, 232) dalam (Bella Orlando Wijaya, 2020) Statistik deskriptif adalah:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Tujuan dari statistik deskriptif untuk memberikan penjelasan gambaran atau mendeskripsikan suatu data mengenai variabel-variabel yang diteliti untuk menguji akurasi dari pendistribusian sample data penelitian yang menunjukkan minimal, maksimal, rata-rata (mean), median, dan penyimpangan baku (standar deviasi) dari masing-masing variabel penelitian. Serta menguji kualitas data yang dihasilkan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

2. Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui keaslian kuesioner. Menurut Ghozali (2016, 52) dalam (Wianto, 2020) menyatakan bahwa:

“Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.”

Pengujian validitas ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung kurang dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan tidak valid).
- Jika r hitung lebih dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan valid).

3. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan atau konsistensi jawaban dari setiap pertanyaan dalam waktu yang berbeda. Menurut Agus Tri Basuki Nano Prawoto (2016, 78) dalam (Wianto, 2020) mengatakan bahwa:

“Realibilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengatur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur variabel-variabel yang valid yang sudah diuji berkali-kali dalam waktu yang berbeda namun hasil tetap konsisten. Pengujian reabilitas menggunakan instrumen koefisien Cronbach Alpha dengan menggunakan fasilitas SPSS. Instrument tersebut dikatakan reliabel jika memenuhi syarat sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”.

4. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik untuk memenuhi syarat analisis regresi linier, yaitu penaksiran estimator linier tidak bias dan terbaik yang sering disebut BLUE (Best Linier Unbias Estimate). Kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias terpenuhi dengan beberapa asumsi, diantaranya adalah:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik dan layak untuk dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Singgih Santoso (2016, 393) menyatakan bahwa dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significant), yaitu:

- 1) Jika Probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- 2) Jika Probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Namun apabila pengujian dilakukan secara visual, normalitas dideteksi dengan melihat metode grafik normal probability plots dalam program SPSS. Menurut Ghozali (2006) dasar pengambilan keputusan dengan metode grafik normal probability plots yaitu:

- a. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.”

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah pengujian kolerasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi yang hubungan linearnya sempurna atau mendekati sempurna. Menurut Ghozali (103, 16) menyatakan bahwa: “Uji multikolonieritas ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau VIF yang berada dibawah nilai 10.”

Dasar dari pengambilan keputusan tersebut yaitu :

- 1) Jika nilai tolerance mendekati angka 1 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolonieritas.
- 2) Jika nilai tolerance tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas ini bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi, dan ini yang seharusnya terjadi. Tetapi jika sebaliknya terjadi kesamaan varians dari residual pada model regresi, maka dikatakan terjadi homogenitas.

Cara melihat Uji Heteroskedastisitas ada pada grafik Scatter Plot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu y adalah y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (y prediksi -y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

Dasar analisis menurut Ghozali (2006) adalah sebagai:

- 1) “Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.”

5. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Rumus dari model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- X1 : Harga
- X2 : Kualitas Produk
- $\beta_1\beta_2\beta_3$: Koefisien regresi
- e : Error term model (variabel residual)

b. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016, 95) mengatakan bahwa :

“Nilai R² yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. sebaliknya, nilai R² yang hampir mendekati satu mengandung arti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen”.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen (X) terhadap menjelaskan variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$).

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji Statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara individual/sendiri-sendiri atau disebut secara parsial. Uji statistik t yang dilakukan dalam penelitian yaitu dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Hipotesis alternatif yang diterima secara parsial yaitu jika nilai statistik t mempunyai hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel.

Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,05. Terdapat dua cara yang dapat dipilih dalam menetapkan hipotesis yang diterima atau ditolak, yaitu:

- 1) Membandingkan t hitung dengan t tabel
 - a) Jika t hitung lebih besar t tabel maka hipotesis diterima. Artinya variabel independen terhadap variabel dependen secara individual terdapat pengaruh yang signifikan.
 - b) Jika t hitung kurang dari t tabel maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen terhadap variabel dependen secara individual tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Melihat Probabilitas Values
Apabila berdasarkan nilai probabilitas dengan $\alpha = 0,05$:
 - a) Jika probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak
 - b) Jika probabilitas kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima
 - c) Jika hasil penelitian tidak sesuai dengan arah hipotesis (positif atau negatif) walau berada dibawah tingkat signifikan, maka hipotesis ditolak.
- 3) Pengambilan Keputusan Berdasarkan Nilai Probabilitas
 - a) Jika signifikan kurang dari tingkat kesalahan ($\alpha = 0.05$) maka variabel independen ada pengaruh terhadap variabel dependen yang artinya Ho ditolak.
 - b) Jika signifikan lebih besar dari tingkat kesalahan ($\alpha = 0.05$) maka variabel independen tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen yang artinya Ho diterima.

d. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik F)

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak atau bersamaan. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan dengan membandingkan hasil perhitungan nilai F dengan nilai F menurut tabel. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila nilai Fhitung lebih besar dari pada nilai Ftabel. Dengan kata lain, hipotesis alternatif dinyatakan secara serentak dan signifikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh variabel dependen diterima (Ghozali, 2016).

Kriteria yang digunakan untuk melakukan uji statistik F adalah :

1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas:
 - a. H_0 ditolak H_a diterima jika signifikan (F) < 0,05
 - b. H_0 diterima H_a ditolak jika signifikan (F) > 0,05

2. Pengambilan keputusan berdasarkan F hitung:
 - a. Jika F hitung > F tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yang artinya H_0 ditolak.
 - b. Jika F hitung < F tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yang artinya H_0 diterima.

IV. HASIL

1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	37.76	6.206	75
Harga	38.19	6.641	75
Kualitas Produk	37.84	6.609	75

Rata-rata (mean) dari variabel keputusan pembelian (Y) dengan jumlah 75 responden adalah 37,76 dengan standar deviasi 6,206.

Rata-rata (mean) dari variabel harga [(X) 1] dengan jumlah 75 responden adalah 38,19 dengan standar deviasi 6,641.

Rata-rata (mean) dari variabel kualitas produk [(X) 2] dengan jumlah 75 responden adalah 37,84 dengan standar deviasi 6,609.

2. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	KET (r hitung > r tabel)
Harga	X1.1	0,768	0,2287	VALID
	X1.2	0,654	0,2287	VALID
	X1.3	0,629	0,2287	VALID
	X1.4	0,654	0,2287	VALID
	X1.5	0,570	0,2287	VALID
	X1.6	0,474	0,2287	VALID
	X1.7	0,707	0,2287	VALID

	X1.8	0,680	0,2287	VALID
	X1.9	0,612	0,2287	VALID
	X1.10	0,627	0,2287	VALID
Kualitas Produk	X2.1	0,528	0,2287	VALID
	X2.2	0,587	0,2287	VALID
	X2.3	0,555	0,2287	VALID
	X2.4	0,578	0,2287	VALID
	X2.5	0,661	0,2287	VALID
	X2.6	0,592	0,2287	VALID
	X2.7	0,590	0,2287	VALID
	X2.8	0,671	0,2287	VALID
	X2.9	0,767	0,2287	VALID
	X2.10	0,694	0,2287	VALID
Keputusan Pembelian	Y.1	0,620	0,2287	VALID
	Y.2	0,684	0,2287	VALID
	Y.3	0,577	0,2287	VALID
	Y.4	0,528	0,2287	VALID
	Y.5	0,587	0,2287	VALID
	Y.6	0,709	0,2287	VALID
	Y.7	0,694	0,2287	VALID
	Y.8	0,642	0,2287	VALID
	Y.9	0,616	0,2287	VALID
	Y.210	0,609	0,2287	VALID

Dari hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga pertanyaan pada kuesioner penelitian yang berkaitan dengan Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dapat dikatakan valid.

3. Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

Cronbach's Alpha dari variabel harga lebih besar dari pada nilai $\alpha=0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan variabel Harga dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	10

Cronbach's Alpha dari variabel kualitas produk lebih besar dari pada nilai $\alpha=0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan variabel Kualitas Produk dikatakan reliabel.

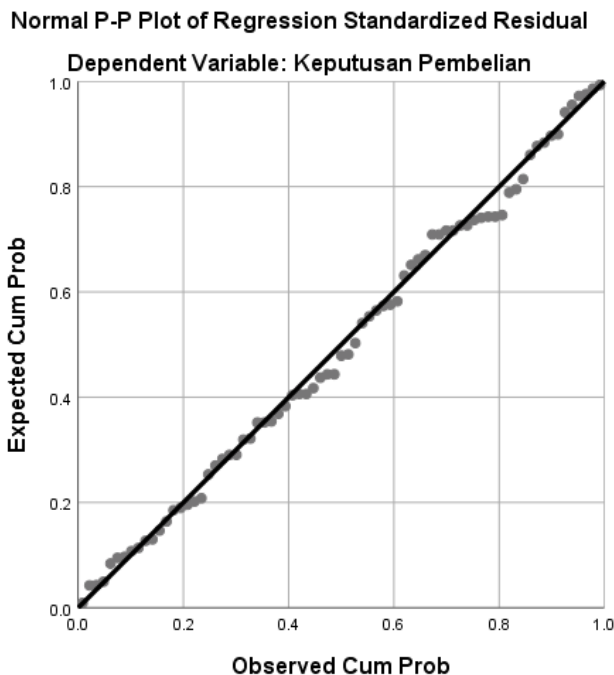
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	10

Cronbach's Alpha dari variabel keputusan pembelian lebih besar dari pada nilai $\alpha=0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan variabel Keputusan Pembelian dikatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Dari gambar diatas menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram sehingga data menunjukkan pada distribusi normal atau model yang digunakan telah memenuhi persyaratan normalitas data.

b. Uji Multikolonieritas

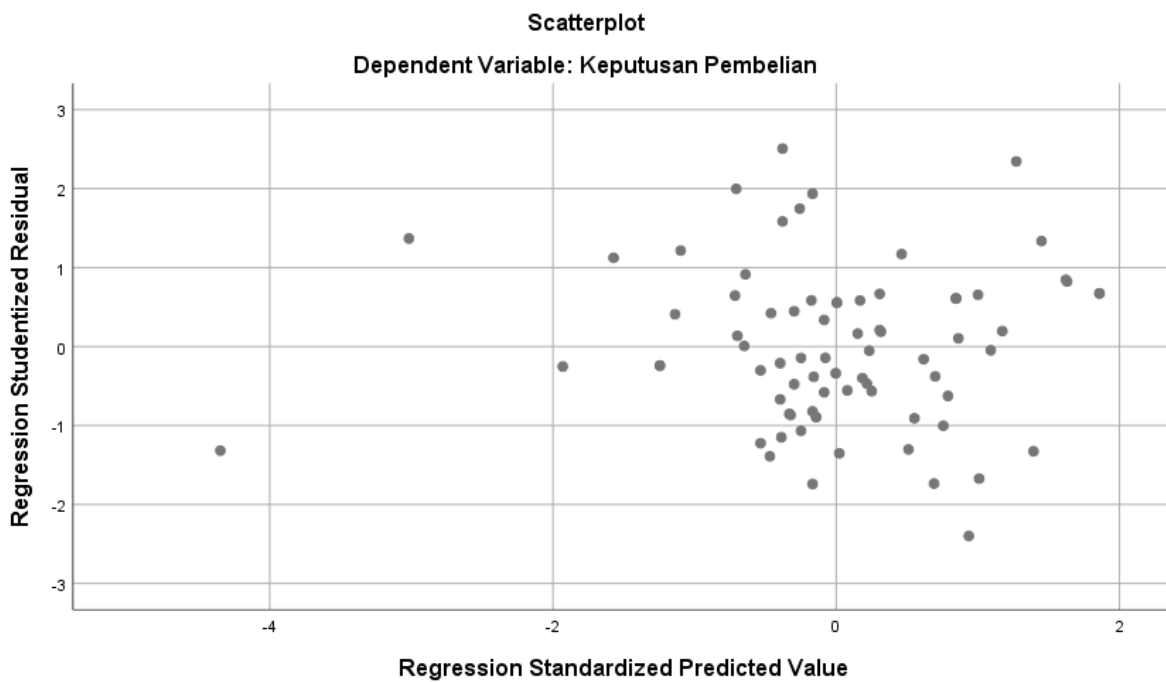
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.205	4.885
	Kualitas Produk	.205	4.885

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan nilai VIF (Variance Inflation Factor) masing-masing variabel independen dalam model berada di bawah 10 dan nilai tolerance-nya berada di atas 0,10 sehingga model regresi bebas dari masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastitas



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk pola atau tren garis tertentu. Hal ini berarti data tersebar diatas dan dibawah angka 0 sehingga model ini bebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Entered	Removed	

1	Harga		Stepwise (Criteria: Probability-of- F-to-enter <= .050, Probability-of- F-to-remove >= .100).
2	Kualitas Produk		Stepwise (Criteria: Probability-of- F-to-enter <= .050, Probability-of- F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Pengaruh Harga dan Kualitas Produk merupakan variabel masukan (Variables Entered) karena probabilitas dari Pengaruh Harga dan Kualitas Produk memenuhi kriteria probabilitas, dimana probabilitas bahwa Pengaruh Harga dan Kualitas Produk di bawah 0,05. Pengujian signifikansi korelasi ini dilakukan dengan pengujian satu sisi, dimana dasar pengambilan keputusannya adalah berdasarkan probabilitas. Jika probabilitas ($P > \text{Alpha} = 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
					F Change	df1	df2	
.914 ^a	.835	.833	2.534	.835	370.640	1	73	.000
.937 ^b	.878	.874	2.200	.042	24.897	1	72	.000

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

Kolom R Square untuk model 1 menunjukkan angka R Square sebesar 0,835 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau $0,914 \times 0,914 = 0,835$. R Square disebut juga koefisien determinasi. Hal ini berarti besarnya Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 83,5% sedangkan sisanya ($100\% - 83,5\% = 16,5\%$) dipengaruhi oleh faktor – faktor lain. R Square berkisar pada 0 sampai 1, karena angka R Square di atas sebesar 0,835 maka menunjukkan hubungan antara Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian adalah kuat atau sebaliknya.

Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.144	1.719		2.992	.004		
	Harga	.854	.044	.914	19.252	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	3.458	1.530		2.260	.027		
	Harga	.475	.085	.509	5.586	.000	.205	4.885
	Kualitas Produk	.427	.086	.454	4.990	.000	.205	4.885

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada saat harga (X₁) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,475.

Pada saat kualitas produk (X₂) terjadi peningkatan atau penurunan sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,427.

Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2380.771	1	2380.771	370.640	.000 ^b
	Residual	468.909	73	6.423		
	Total	2849.680	74			
2	Regression	2501.255	2	1250.628	258.435	.000 ^c
	Residual	348.425	72	4.839		
	Total	2849.680	74			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga

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

Dari uji ANOVA didapat F_{hitung} untuk model 1 adalah 370,640 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka 0,000 < 0,05 dan juga F_{hitung} > F_{tabel} atau 370,640 > 3,12. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan linear antara variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi keputusan pembelian.

Dari uji ANOVA didapat F_{hitung} untuk model 2 adalah 258,435 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka 0,000 < 0,05 dan juga F_{hitung} > F_{tabel} atau 258,435 > 3,12. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan linear antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat untuk memprediksi keputusan pembelian.

V. KESIMPULAN

a. Pengaruh Harga

Berdasarkan hasil dari penelitian dan jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 75 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa Pengaruh Harga yang terjadi adalah kuat dan mempunyai hubungan yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

b. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil dari penelitian dan jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 75 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh Kualitas Produk yang terjadi adalah kuat dan mempunyai hubungan yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

c. Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari penelitian dan jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 75 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa Pengaruh Harga dan Kualitas Produk yang terjadi adalah kuat dan mempunyai hubungan yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Arief Rakhman Kurniawan. (2018). *Dasar-Dasar Marketin; Segala Hal Tentang Marketing & Sales*. Yogyakarta. *Quadrant*.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi), Jakarta: PT. In *Rajagrafindo Persada. Di Akses Pada Tanggal*.
- Frantio, S. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kaca Mulia (Studi Kasus PT. Sejahtera Bersama Mulia)*. 155.
- Haerun Nisa. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Anugrah Jaya Trimar. In *Skripsi*.
- Jonathan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Chatime Lippo Karawaci (Pt. Foods Beverages Indonesia). *Skripsi*, 13.
- Kotler, P. (2004). Dasar - Dasar Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran*.
- Kotlier, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran. 12th ed.,*. Erlangga.
- Nirwan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada HOC Pemurni Air (Studi Kasus PT. Karya Re-publika Kohod). *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485. https://www.researchgate.net/profile/Yulia_Nurendah/publication/325455513_Pengaruh_Kualitas_Produk_dan_Citra_Merek_Terdapat_Keputusan_Pembelian_Konsumen/links/5b0f177e0f7e9b1ed70363cb/Pengaruh-Kualitas-Produk-dan-Citra-Merek-Terdapat-Keputusan-Pembelian-K
- Putri, B. R. . (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2). https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pondidikan_1_dir/b58765ed9f677b462ec139088213ec99.pdf
- Ricky Andrian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Surya Utama Fibertek. *Skripsi*, 13.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta*.