

Pengaruh Harga Kualitas Produk, dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Closet Toto (Study Kasus PT. Surya Asia Sanitair)

Rika Cahyadi^{1)*}, Fx.Pudjo Wibowo^{2)*}

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾rika.cahyadi270708@gmail.com

²⁾fxpudjowibowo87@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima Maret 2025;
Perbaikan Maret 2025;
Diterima Maret 2025;
Tersedia online April 2025;

Kata kunci:

Harga
Kualitas Produk
Layanan
Keputusan Pembelian

Abstrak

Persaingan dalam industri sanitasi semakin meningkat, sehingga penting bagi perusahaan untuk memahami sebab-sebab yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian mempunyai tujuan utama yaitu mengidentifikasi pengaruh harga, kualitas produk, dan layanan terhadap keputusan pembelian produk Toto Closet di PT. Surya Asia Sanitair. Metode dalam penelitian ini menggunakan pada penelitian ini ialah deskriptif dengan teknik probabilitas sampling, melibatkan 100 responden atau partisipan. Data didapatkan melalui kuesioner yang telah diadakan dan analisis data untuk penelitian dilakukan dengan memanfaatkan SPSS versi 25 yang akan menguji validitas, reliabilitas, serta regresi linier berganda. Hasil atau konklusi penelitian memperlihatkan bahwasanya harga berkontribusi 83,1% terhadap keputusan pembelian, kualitas produk 71%, dan layanan 43,9%, sementara sisa persentase yang lain dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. Uji tersebut membuktikan bahwa setiap variabel independen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan melalui nilai signifikansinya $< 0,05$. Uji F juga mengonfirmasi bahwa harga, kualitas produk, dan layanan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu bisa disimpulkan bahwasanya harga, kualitas produk, dan layanan bisa memengaruhi keputusan pembelian produk Toto Closet.

I. PENDAHULUAN

Peningkatan ekonomi yang melaju cepat telah mendorong munculnya banyak usaha baru di berbagai sektor, termasuk industri manufaktur dan sanitasi. Perusahaan jika dalam kondisi persaingan ketat pasti akan menuntut perusahaan untuk bisa meramu strategi pemasaran yang efektif agar dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing mereka. Satu unsur krusial pada strategi pemasaran adalah pemahaman terhadap penyebab-penyebab yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tanpa strategi yang tepat, perusahaan akan kesulitan bertahan dalam persaingan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

PT. Surya Asia Sanitair merupakan salah satu distributor produk Toto Closet di Tangerang yang memasarkan produknya ke berbagai sub-dealer hingga konsumen akhir. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan mengalami penurunan penjualan pada produk closet CW421 JWF/SW420 JP. Data menunjukkan bahwa jumlah unit yang terjual menurun dari 289 unit pada tahun 2022 menjadi 229 unit pada tahun 2023, dan kembali menurun menjadi 210 unit pada tahun 2024. Jika tren ini terus berlanjut, maka harapan bisnis perusahaan dapat terancam. Penurunan ini memperlihatkan adanya faktor-faktor yang bisa memberikan pengaruh pada keputusan pembelian yang harus diteliti lebih lanjut.

Tiga faktor utama yang diduga bisa memberikan pengaruh pada keputusan pembelian yakni harga, kualitas produk, dan layanan (Visaka et al., 2021). Harga relatif lebih tinggi dapat menjadikan pelanggan beralih ke produk alternatif yang lebih terjangkau, sementara harga yang terlalu murah bisa memberikan kesan bahwasanya kualitas produk yang rendah dan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan dapat mengurangi kepercayaan konsumen dan

menyebabkan mereka enggan melakukan pembelian ulang. Selain itu, layanan yang tidak memadai juga dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas mereka terhadap nama merek tersebut.

Selain faktor internal seperti harga, kualitas produk, dan layanan, faktor eksternal seperti persaingan pasar juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Tholok et al., 2021). Ramainya pesaing yang bisa menyediakan produk serupa namun harga dan fitur yang berbeda memberikan lebih banyak pilihan bagi pelanggan. Oleh sebab itu, sebagai wirausaha harus selalu berinovasi dan memberikan nilai tambah agar tetap bisa berkecimpung pada persaingan di pasar.

Dari masalah yang ada, penelitian ini mempunyai tujuan yakni menganalisa pengaruh harga, kualitas produk, dan layanan terhadap keputusan pembelian untuk produk Toto Closet di PT. Surya Asia Sanitair. Metode pada penelitian ini adalah deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Data didapat serta dikumpulkan melalui kuesioner disebar pada 100 responden dan analisisnya melalui SPSS versi 25, dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda.

Konklusi penelitian memperlihatkan bahwasanya harga berkontribusi 83,1% terhadap keputusan pembelian, kualitas produk sebesar 71%, dan layanan sebesar 43,9%, dengan ketergantungan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal. Uji t dan uji F menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut ada pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen, secara individu maupun secara bersamaan. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwasanya strategi harga, peningkatan kualitas produk, serta perbaikan layanan sangat butuh diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa memberikan wawasan bagi PT. Surya Asia Sanitair dalam merancang strategi pemasaran yang sangat efektif dalam rangka untuk menambah daya saing di sanitasi industri. Selain itu, harapan lainnya yaitu bisa menjadi referensi perusahaan lain agar bisa *aware* pada faktor-faktor yang bisa berpengaruh pada keputusan pembelian, agar mereka bisa memaksimalkan strategi pemasaran dalam rangka mendapatkan hasil sangat baik.

II. METODE

Studi deskriptif bertujuan menjawab pernyataan penelitian terkait variabel mandiri, baik yang saling bergantung maupun tidak. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan pengambilan sampel dan kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data secara akurat.

Sampel

Populasi pada penelitian yang diteliti peneliti mencakup semua konsumen produk Toto Closet di PT. Surya Asia Sanitair. Mengingat begitu banyaknya populasi yang tidak dapat dihitung jumlah pastinya, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan probability sampling, khususnya menerapkan *simple random sampling*, jadi pada semua individu yang ada pada populasi mempunyai peluang serupa untuk diambil serta dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan Data

Menurut Qodariana Fauziah (2023) menyatakan bahwa penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data. Kuesioner yang diterapkan pada penelitian kali ini bersifat terstruktur dan terdiri dari pernyataan dengan skala Likert sebagai pengukur perspektif responden pada variabel penelitian, yakni harga, kualitas produk, layanan, dan keputusan pembelian.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan berbagai teknik pengujian data dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Uji validitas diuji melalui Korelasi Pearson untuk memastikan keakuratan instrumen penelitian, sementara reliabilitas berdasarkan *Cronbach's Alpha* sebagai pengukur konsistennya data. Uji normalitas dilakukan agar bisa memeriksa distribusi data melalui *Kolmogorov-Smirnov*. Selanjutnya, multikolinearitas diuji melalui acuan nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) agar bisa mengetahui adanya korelasi antara variabel independen, serta heteroskedastisitas metode Glejser agar dapat mengevaluasi variabilitas residual. Analisa data dilakukan melalui regresi linier berganda dalam rangka mengukur nilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terakhir, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk menguji pengaruh parsial dari setiap variabel independen dan uji F dalam menguji pengaruh variabel independent secara bersama terhadap variabel dependen.

Operasional Variabel

Variabel operasional penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan setiap variabel menjadi indikator yang dapat diukur, sehingga memungkinkan analisis yang lebih sistematis dan akurat. Pada penelitian ini ada 4 variabel yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Layanan (X3), serta Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

III. HASIL

Tabel 1. Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.831	.830	2.944

a. Predictors: (Constant), X1

Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwasanya variabel Harga memperoleh nilai R *square* 0,831 artinya Harga memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan Pembelian 83,1%, sedangkan sisa persentase 16,9% (100%-83,1%) dipengaruhi variabel independen lain.

Tabel 2. Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.707	3.860

a. Predictors: (Constant), X2

Didasari dari hasil koefisien determinasi diperlihatkan yang mana variabel Kualitas Produk mendapat nilai R *square* 0,710 berarti Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan Pembelian 71%, sedangkan persentase sisanya 29% (100%-71%) dipengaruhi dengan variabel independen lainnya.

Tabel 2. Koefisien Determinasi Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.439	.433	5.372

a. Predictors: (Constant), X3

Dari hasil koefisien determinasi ditunjukkan bahwasanya pada variabel Layanan mendapati nilai *R square* 0,439 yang artinya Layanan memberikan kontribusi pada variabel Keputusan Pembelian 43,9%, sedangkan sisanya sebesar 43,9% (100%-56,1%) dipengaruhi dengan variabel independen lainnya.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.941 ^a	.886	.883	2.443

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Dari hasil koefisien determinasi simultan diperlihatkan *Adjusted R square* 0,883 yang artinya secara simultan variabel Harga, Kualitas Produk dan Layanan berkontribusi pada variabel Keputusan Pembelian sebesar 88,3%, sedangkan sisa persentase 11,7% (100%-88,3%) dipengaruhi dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 4. Uji T

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.089	1.460		4.854	.000		
	Harga	1.097	.050	.912	21.988	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	4.505	1.335		3.375	.001		
	Harga	.782	.069	.650	11.364	.000	.392	2.552
	Kualitas Produk	.415	.071	.336	5.882	.000	.392	2.552
3	(Constant)	3.204	1.355		2.366	.020		
	Harga	.725	.069	.602	10.527	.000	.362	2.764
	Kualitas produk	.366	.070	.297	5.247	.000	.370	2.700
	layanan	.140	.047	.132	2.993	.004	.611	1.637

Dari uji T didapati masing-masing nilai t hitung yang didapat semuanya melebihi nilai t tabel, yaitu 1,660 serta diperkuat dengan didapati nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05.

Uji F

Tabel 5. Uji F

Mode		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4191.284	1	4191.284	483.483	.000 ^b
	Residual	849.556	98	8.669		
	Total	5040.840	99			
2	Regression	4414.654	2	2207.327	341.928	.000 ^c
	Residual	626.186	97	6.456		
	Total	5040.840	99			
3	Regression	4468.105	3	1489.368	249.643	.000 ^d
	Residual	572.735	96	5.966		
	Total	5040.840	99			

Tabel 5 menunjukkan hasil dari uji F pada tiga model regresi yang berbeda. Model pertama memiliki jumlah kuadrat regresi sebesar 4191.284 dengan derajat bebas (Df) 1, menghasilkan nilai rata-rata kuadrat sebesar 4191.284 dan nilai F sebesar 483.483, yang menunjukkan signifikansi yang sangat tinggi ($p < 0.001$). Model kedua menunjukkan jumlah kuadrat regresi sebesar 4414.654 dengan derajat bebas 2, menghasilkan nilai rata-rata kuadrat sebesar 2207.327 dan nilai F sebesar 341.928, juga menunjukkan signifikansi yang kuat ($p < 0.001$). Model ketiga mencatat jumlah kuadrat regresi 4468.105 dengan derajat bebas 3, nilai rata-rata kuadrat sebesar 1489.368, dan nilai F 249.643, yang tetap menunjukkan signifikansi yang tinggi ($p < 0.001$). Analisis keseluruhan menunjukkan bahwa semua model memiliki pengaruh pada variabel dependen, menandakan bahwa pemilihan model regresi adalah tepat

Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian

Dari hasil uji memperlihatkan bahwasanya harga punya pengaruh positif pada keputusan pembelian di PT. Surya Asia Sanitair. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai *thitung* untuk pengaruh harga melebihi dari *ttabel*, yaitu $10,527 > 1,66055$, diperkuat dengan nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05. Oleh sebab itu, bukti statistik mendukung hipotesis pertama. Penelitian ini membuktikan bahwasanya harga memiliki pengaruh signifikan serta substansial terhadap keputusan pembelian, serta memperkuat bukti bahwa harga menjadi hal krusial bagi konsumen saat melakukan pembelian. Dengan demikian, keputusan pembelian pelanggan dapat dipengaruhi secara langsung oleh harga yang menguntungkan bagi mereka. Sebaliknya, harga yang tidak sesuai dapat membuat pembeli ragu untuk melakukan pembelian.

Selanjutnya, hasil pengujian memperlihatkan bahwasanya kualitas produk memberikan adanya pengaruh positif pada keputusan pembelian di PT. Surya Asia Sanitair. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai *thitung* pada kualitas produk tidak melebihi nilai dari *ttabel*, yaitu $5,247 > 1,66055$, diperkuat juga nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05. Lalu hipotesis kedua didukung melalui data statistik. Dari hasil penelitian ini juga selaras atau relevan

dengan apa yang diteliti Ricky Andrean (2020), yang mengemukakan bahwasanya kualitas produk punya pengaruh pada keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk satu dari banyaknya aspek krusial yang bisa memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk memastikan bahwa mereka mendapatkan kualitas terbaik, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk memahami dan memenuhi kebutuhan mereka.

Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji memperlihatkan bahwasanya layanan punya pengaruh pada keputusan pembelian di PT. Surya Asia Sanitair. Pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa nilai dari *t_{hitung}* untuk layanan melebihi nilai *t_{tabel}*, yaitu $2,993 > 1,66055$ serta diperkuat melalui nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05. Oleh sebab itu hipotesis ketiga didukung oleh data statistik. Temuan ini selaras dengan apa yang diteliti Anastasya Paulina (2021), yang mengemukakan bahwa layanan dan variabel keputusan pembelian punya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,330. Ini membuktikan bahwasanya layanan merupakan salah satu faktor krusial yang bisa memengaruhi keputusan pembelian. Oleh sebab itu, kualitas layanan dipengaruhi oleh tugas, peran, tanggung jawab, dan hubungan organisasi yang harus dijalankan oleh karyawan terhadap konsumen. Selain itu, setiap pengalaman layanan yang dialami oleh karyawan cenderung bersifat positif, yang dapat mendorong atau memotivasi mereka untuk meningkatkan loyalitas terhadap konsumen.

Pengaruh Secara Simultan (Harga, Kualitas Produk, dan Layanan) Terhadap Keputusan pembelian.

Dari pengujian diperoleh bahwasanya pengaruh harga, kualitas produk dan layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di PT. Surya Asia Sanitair. Hasil pengujian hipotesis untuk model 1 menunjukkan bahwa *F_{hitung}* tidak lebih dari *F_{tabel}* atau $483,483 > 2,70$ dengan signifikansinya tidak lebih dari 0,05, untuk model 2 menunjukkan bahwa *F_{hitung}* tidak melebihi nilai *F_{tabel}* atau $341,928 > 2,70$ serta diperoleh nilai signifikansinya tidak lebih dari 0,05, serta pada model 3 memperlihatkan bahwa *F_{hitung}* tidak melebihi nilai *F_{tabel}* atau $249,643 > 2,70$ serta didapati signifikansinya kurang dari 0,05. Jadi dapat dibuktikan bahwasanya hipotesis 4 dibuktikan dengan statistik. Jadi harga, kualitas produk dan layanan ialah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang terbukti berpengaruh positif.

IV. KESIMPULAN

Didasarkan dari penelitian yang sudah dibahas, bisa dikatakan bahwasanya Harga, Kualitas Produk, dan Layanan berpengaruh pada Keputusan Pembelian untuk produk Toto Closet, baik secara individu maupun bersamaan.

Secara individu, variabel Harga memberikan pengaruh sebesar 83,1% terhadap Keputusan Pembelian, diperlihatkan melalui nilai *t_{hitung}* 10,527, yang melebihi nilai dari *t_{tabel}* ($10,527 > 1,660$) serta tingkat signifikansinya tidak melebihi 0,05 dari hasil tersebut terbukti bahwasanya Harga memang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya, variabel Kualitas Produk juga membuktikan adanya pengaruh berarti pada Keputusan Pembelian sebesar 71%, didapati juga nilai *t_{hitung}* 5,247 tidak melebihi *t_{tabel}* ($5,247 > 1,666$) dan diperkuat melalui nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05, jadi bisa dibuktikan bahwasanya Kualitas Produk berpengaruh dalam Keputusan Pembelian. Selain itu, Layanan berkontribusi sebesar 43,9% terhadap Keputusan Pembelian, didapati juga nilai *t_{hitung}* 2,993 tidak melebihi *t_{tabel}* ($2,993 > 1,666$) dan tingkat signifikansi tidak melebihi 0,05, sehingga Layanan dikatakan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Secara bersamaan, Harga, Kualitas Produk, dan Layanan berpengaruh pada Keputusan Pembelian dengan kontribusi total sebesar 88,3% dan dibuktikan melalui nilai *F_{hitung}* 483,483, melebihi dari *F_{tabel}* ($483,483 > 2,70$) dan nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05. Jadi bisa dibuktikan atau dikatakan bahwa ketiga variabel kerika bersama berpengaruh pada Keputusan Pembelian konsumen untuk produk Toto Closet.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya Paulina. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Penetapan Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Pancamitra Packindo*
- Budianto, Pujiarti, & Andy. (2024). *The Influence Of Price, Product Quality, And Promotion On Purchasing Decisions On Toast Store In Tangerang City* (Vol. 22, Issue 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Qodariana Fauziah. (2023). Penerapan Metode Wawancara Narasumber Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Tanggapan. *Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 77–83.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Erje London Chemical)*. 3, 48–56.
- Ricky Andean. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Surya Utama Fibertek*.
- Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67, 18.
- Visaka, Canggih, & Gumanky Farunik. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee (Studi Pengguna Shopee)* (Vol. 1, Issue 1).